LIFESTYLE

PLACERES

Año 03 | N° 30 | 2026

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Lima: un momento para creer

Las ciudades también tienen temporadas en las que parecen alinearse con su propia historia. Lima atraviesa una de ellas. No porque todo esté resuelto ni porque hayan desaparecido los desafíos que enfrentamos como sociedad, sino porque, una vez más, la cultura, la gastronomía y la hospitalidad han demostrado ser capaces de proyectar una imagen del Perú que trasciende las coyunturas.

Ser sede de The World's 50 Best Restaurants no es solamente recibir a cocineros, periodistas y expertos de todo el mundo. Es convertir a la ciudad en un escenario donde se pone en vitrina un ecosistema construido durante décadas. Detrás de cada restaurante reconocido existe una cadena de agricultores, pescadores, productores, artesanos, sommeliers, bartenders, investigadores y emprendedores que han entendido que el verdadero valor de nuestra cocina está en su capacidad para contar quiénes somos.

Ese mismo fenómeno comienza a consolidarse en la coctelería peruana. En los últimos años nuestros bares han dejado de ser promesas para convertirse en referentes. La presencia de varias propuestas nacionales en 50 Best Discovery confirma que el mundo ya no mira únicamente nuestros platos, sino también la creatividad de quienes transforman destilados, fermentos e ingredientes peruanos en experiencias memorables. Es una señal importante porque demuestra que el reconocimiento internacional ya no pertenece a una sola disciplina. La gastronomía y la coctelería empiezan a hablar el mismo idioma: el de la excelencia.

Sin embargo, el mayor logro no está en las listas. Está en haber construido una reputación que convierte al Perú en un destino deseado. Hoy muchos viajeros llegan atraídos por un restaurante, un bar o una experiencia gastronómica. Esa capacidad de movilizar turismo, inversión y conocimiento representa uno de los activos culturales más importantes que posee el país.

Acabamos de celebrar unas nuevas Fiestas Patrias y, más allá del cambio político que marca el inicio de la presidencia de Keiko Fujimori, hubo un detalle que llamó la atención: el entusiasmo con el que miles de peruanos salieron a celebrar su identidad. Las banderas en los balcones, los restaurantes llenos, las ferias gastronómicas, las reuniones familiares y el orgullo con el que compartimos nuestros productos reflejaron un patriotismo cotidiano, menos discursivo y mucho más vivido.

Quizá ese sea uno de los cambios más interesantes de los últimos años. Hemos aprendido que querer al Perú también significa consumir lo nuestro, valorar a nuestros productores, visitar nuestros bares, descubrir nuestras regiones y reconocer el talento de quienes trabajan para que el país siga creciendo desde la creatividad y el esfuerzo.

La gastronomía nos enseñó hace tiempo que el prestigio internacional no se construye únicamente con grandes chefs. Se construye con una comunidad. La coctelería empieza a recorrer ese mismo camino. Cada nuevo reconocimiento fortalece a toda la escena y demuestra que competir no impide construir una identidad compartida.

Lima tiene hoy una oportunidad excepcional. Ser anfitriona de uno de los eventos gastronómicos más importantes del planeta significa asumir la responsabilidad de mostrarse al mundo no solo como una ciudad donde se come y se bebe bien, sino como una capital capaz de generar cultura, innovación y experiencias memorables. Ese, quizás, sea el mejor motivo para celebrar. Porque cuando un país aprende a sentirse orgulloso de lo que crea, descubre que su mayor reconocimiento empieza mucho antes de que el resto del mundo lo aplauda.

Valeria Burga Bobadilla
Directora
@valeriaburga26

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

DDL
DIENTE DE LEON

LA MATERIA

NO SE CREA NI SE DESTRUYE

SOLO SE TRANSFORMA

RECICLAMOS
UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe

LIFESTYLE
PLACERES

STAFF

CEO & Fundador
John Santa Cruz Manco

Directora Editorial
Valeria Isabel Burga Bobadilla

Editora Web & Content Manager
Gabriela Peralta

Brand Manager
Jazmin Sepúlveda

Diseñador Gráfico
Gustavo Panta Vera

Redactores
Ines Livisi
Carolina La Torre
Kevin Aliaga
Brisa Jimenez
Misky Ortega

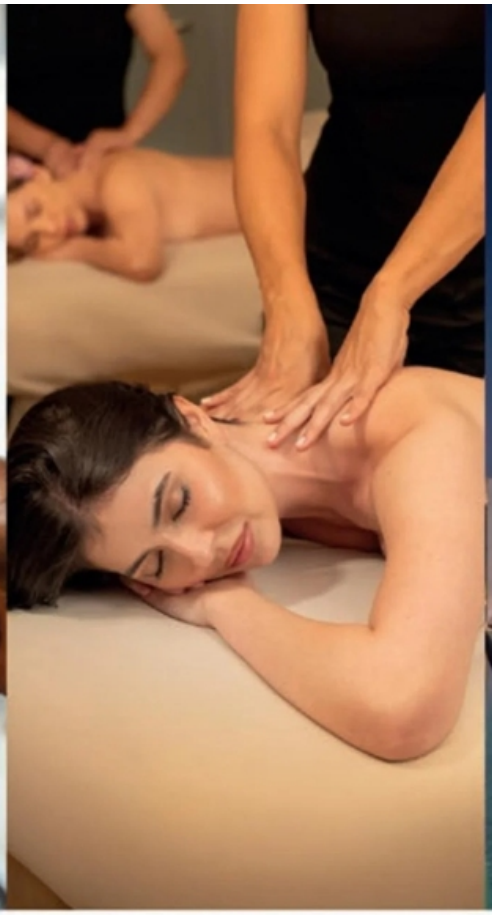
Fotografía
Jaime Cuellar
Joaquín Cruzado
Daniel Yong

Producción
Jean Perez Centeno
Pilar Lopez
Isai Suarez Calopino
Deborah Suarez Calopino
Jacqueline Torres
Patricia Chavez

Columnistas
Claudia Aguilar
Rosa Bonilla
Roberto Boyle
María Elena Cárdenas
Silvia de Tomás
Jorge Ode
Eduardo González
Agustina Goldsack
Samuel Hurtado
Soledad Marroquín
Mario Ramos
Jasmine Rincón
Juan Pablo Robles
Juan Diego Romero
Chema Tovar Sanchez
Puppe Toth
Livio Pastorino

Foto de portada:
Joaquín Cruzado

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com



REAL
INTERCONTINENTAL.
LIMA MIRAFLORES

HOTEL
INDIGO
LIMA MIRAFLORES

UBICADO FRENTE AL MAR, EN EL CORAZÓN DE MIRAFLORES.

Combina lujo, gastronomía y bienestar en una experiencia única.

El Real InterContinental Lima Miraflores redefine el lujo frente al mar. 321 habitaciones con vistas privilegiadas, piscina en rooftop y sofisticados salones para reuniones y eventos de toda escala. Cinco experiencias gastronómicas bajo un mismo techo: Nina, Nau, Factory, The Market y Circo y Presence Spa que es un oasis de tranquilidad en medio de la ciudad. El destino definitivo de Lima Miraflores.

THE PLACE TO BE

RESERVAS.
Online. www.theplacetobe.pe
WhatsApp. +(51)963-811-216

FACTORY Steak & Lobster
The MARKET
CIRCO terraza
NINA COCINA PERUANA
nau sikkei rooftop
PRESENCE

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

LIMA AL MUNDO

Lima fue elegida sede de The World's 50 Best Restaurants 2026, convirtiéndose nuevamente en el epicentro de la gastronomía internacional. La ciudad recibirá a chefs, periodistas y líderes de la industria en un evento que reafirma el prestigio alcanzado por la cocina peruana y su impacto global.

REGRESO ARÁCNIDO

Spider-Man: Brand New Day ya llegó a los cines, marcando un nuevo comienzo para Peter Parker bajo la interpretación de Tom Holland. La nueva entrega retoma la historia tras los acontecimientos de *No Way Home,* incorporando nuevos personajes y una trama que devuelve al héroe a sus raíces más urbanas, en una de las películas más esperadas del Universo Marvel.

NUEVO LEGADO

Pelleriti Priore fue presentada oficialmente en Argentina como el nuevo proyecto del reconocido enólogo Marcelo Pelleriti. La propuesta apuesta por vinos de alta gama elaborados en el Valle de Uco, con una visión que combina precisión técnica, identidad de terroir y una mirada contemporánea para redefinir el vino argentino de excelencia.

EXCELENCIA EN COPA

Raventós i Blanc alcanzó un nuevo hito internacional al obtener 99 puntos de The Wine Advocate y 100 puntos en la Guía Peñín. Estos reconocimientos consolidan a la histórica bodega catalana entre los máximos referentes mundiales en vinos espumosos elaborados bajo criterios de viticultura sostenible y mínima intervención.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

ARIANA FLORECE

Ariana Grande anunció el lanzamiento de *Petal*, su esperado regreso musical, disponible desde el 31 de julio. El nuevo trabajo marca una nueva etapa artística para la cantante, combinando sonidos pop con una propuesta visual renovada que ya genera gran expectativa entre sus seguidores.

PERU PROTAGONISTA

El Perú reforzó su liderazgo gastronómico con la incorporación de 35 restaurantes, bares y espacios culinarios en la renovada guía 50 Best Discovery. La selección refleja la diversidad y el crecimiento de la oferta gastronómica nacional, consolidando al país como uno de los destinos culinarios más importantes del mundo.

TRES DÉCADAS

Trivento celebró sus 30 años reafirmando su posición como una de las bodegas argentinas más importantes a nivel global. Presente en más de un centenar de mercados, la marca continúa impulsando el prestigio internacional del vino argentino gracias a una estrategia basada en calidad, innovación y sostenibilidad.

MÁXIMA PUNTUACIÓN

Gravascal 2023 volvió a recibir la máxima calificación internacional, consolidándose entre los grandes vinos argentinos del momento. El reconocimiento destaca la consistencia del proyecto vitivinícola y confirma el potencial del Valle de Uco para producir etiquetas capaces de competir con los mejores vinos del mundo.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

CUPRA EN EXPANSIÓN

CUPRA inauguró su primer showroom en Arequipa, consolidando su estrategia de crecimiento en el sur del Perú. El nuevo espacio ofrecerá toda la gama de vehículos de la marca, además de una experiencia de atención personalizada y servicios especializados. Con esta apertura, la firma española busca fortalecer su presencia en una de las regiones con mayor dinamismo económico del país.

SIGLO DUCATI

Ducati inició las celebraciones por su centenario con el anuncio del World Ducati Week 2026. El evento reunirá en Italia a miles de motociclistas y fanáticos de la marca para conmemorar cien años de historia, innovación y pasión por las dos ruedas.

LLEGA TEMERARIO

Lamborghini presentó oficialmente en el Perú al nuevo Temerario, el superdeportivo híbrido que reemplaza al Huracán. Equipado con un innovador tren motriz de alto rendimiento, el modelo inaugura una nueva etapa tecnológica para la marca italiana dentro del segmento de los deportivos de lujo.

REGRESO INESPERADO

Después de permanecer archivada durante tres años, Coyote vs. Acme finalmente llegará a los cines tras ser rescatada por una nueva distribuidora. La película, protagonizada por el Coyote de los Looney Tunes junto a John Cena y Will Forte, estuvo a punto de desaparecer por una decisión fiscal de Warner Bros. Su estreno pone fin a uno de los episodios más polémicos de Hollywood y marca el esperado regreso de un proyecto que muchos daban por perdido.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

BRINDIS LITERARIO

El Country Club Lima Hotel rindió homenaje a Alfredo Bryce Echenique con una experiencia que unió literatura, memoria y coctelería en el Bar Inglés. La velada incluyó intervenciones de los escritores Fernando Ampuero y Gustavo Rodríguez, además de la presentación del Old Julius Negroni, un cóctel inspirado en el "Negroni Equivocado" que el autor solía disfrutar. La propuesta busca celebrar el legado literario de Bryce a través de una experiencia cultural y gastronómica única.

MODA RENOVADA

H&M confirmó su regreso a la Semana de la Moda de Londres en septiembre. La firma presentará una colección que refuerza su apuesta por el diseño contemporáneo y la moda accesible, consolidando nuevamente su presencia en uno de los eventos más importantes de la industria.

MÁS BACKROOMS

La versión extendida de Backrooms llegó a los cines con 15 minutos inéditos de metraje. La producción amplió la experiencia del fenómeno de terror psicológico que conquistó internet, ofreciendo nuevas escenas y mayor desarrollo de su inquietante universo.

DRAGÓN TRIUNFAL

El Gran Circo de China conquistó al público peruano con un exitoso estreno a sala llena de "El Último Dragón" en el Gran Teatro Nacional. La prestigiosa China National Acrobatic Troupe, llegada desde Beijing, impresionó con una superproducción que combina acrobacias de alto nivel, teatro, humor y un espectacular despliegue visual inspirado en leyendas orientales. La temporada continuará hasta el 09 de agosto y varias funciones ya están próximas a agotar localidades.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

SIN + QUE DECIR

Tu mañanero de confianza

En pocos meses, *Sin Más Que Decir* ha logrado consolidarse como una de las propuestas de streaming más comentadas del momento. Tras varios cambios en su formato y con el reciente relanzamiento de Q+, el programa inicia una nueva etapa con una mesa integrada por María Pía Copello, Luciana Roy, Mario Hart, Israel Dreyfus y, recientemente, Ethel Pozo. En conversación con **Revista Placeres,** sus conductores hablan sobre la evolución del proyecto, la química que han construido, el crecimiento del streaming y los desafíos que vienen para una comunidad que no deja de crecer.

MARÍA PÍA COPELLO

Sin Más Que Decir ha pasado por varios cambios hasta llegar a la mesa que tienen hoy. Mirando hacia atrás, ¿qué aprendiste de ese proceso y qué tiene esta versión que finalmente conectó con el público?

María Pía Copello: Aprendí que no hay que enamorarse de una idea, sino del propósito. Empezamos con una propuesta y, escuchando mucho a nuestra comunidad, entendimos que la gente quería entretenerse sintiendo que estaba sentada con nosotros conversando. Hubo cambios difíciles, pero siempre buscando conectar con el público. Hoy, con Abneer Robles al mando y todo el equipo, encontramos una identidad mucho más cercana, espontánea y auténtica. La gente se conecta cuando siente que no estás actuando, sino siendo tú mismo.

Después de tantos años en televisión, hoy lideras un proyecto de streaming que además acaba de relanzarse como Q+. ¿Qué es lo que más estás disfrutando de esta etapa y qué te ha sorprendido del

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

mundo digital?
María Pía Copello: Lo que más disfruto es la libertad de construir algo propio. En el mundo digital no solo hablas, también escuchas. La conversación con la audiencia es inmediata y eso te obliga a evolucionar todos los días. Descubrí un público que busca una conexión mucho más íntima y real, y siento que hoy puedo mostrar una versión de mí que quizá en televisión no había tenido espacio para desarrollar.

LUCIANA ROY

Eres la incorporación más reciente antes de que llegara Ethel y, como dijo María Pía, fuiste quien tuvo que adaptarse a un grupo que ya tenía mucha confianza. Hoy que ya encontraste tu lugar, ¿cómo describirías la química que han construido?
Luciana Roy: La energía que se siente en la mesa es increíble. Parece que nos conociéramos desde hace muchísimo tiempo y eso nos permite jugar como amigos que disfrutan pasar tiempo juntos.

¿Qué has descubierto de ti misma haciendo streaming que quizá la televisión o las redes no permitían mostrar?
Luciana Roy: Trato de ser lo más real posible. Creo que todo comunicador debe aportar algo de valor, ya sea un consejo, una historia, una enseñanza o simplemente una sonrisa. Eso es lo que intento hacer cada día en el programa.

MARIO HART

Llegaste a Sin Más Que Decir después de haber construido una carrera en distintos formatos y escenarios. ¿Qué te motivó a aceptar este reto y qué fue lo que encontraste en el programa que hizo que dijeras "este es mi lugar"?
Mario Hart: Siempre me llamó la atención el formato de los podcasts. Cuando apareció la oportunidad no dudé en aceptarla porque era un espacio que quería explorar. Además, conocer desde hace muchos años a María Pía e Israel hizo que la adaptación fuera muy natural y con Luciana logramos construir rápidamente una buena dinámica.

En una mesa donde cada integrante tiene una personalidad muy marcada, tu rol muchas veces es aportar equilibrio entre la bro-

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

ma, la opinión y la conversación. ¿Cómo has ido descubriendo tu propia dinámica dentro del grupo?
Mario Hart: Cada uno tiene un rol. María Pía conduce el hilo de la conversación; Israel aporta espontaneidad; Luciana rompe esquemas y yo trato de sumar equilibrio, profesionalismo y un poco de chispa cuando corresponde. Lo mejor es que aquí nadie compite por sobresalir y eso hace que todo fluya de manera natural.

ISRAEL DREYFUS

Muchas veces eres quien aporta la espontaneidad y el comentario inesperado en la mesa. ¿Sientes que Sin Más Que Decir te ha permitido mostrar una versión de Israel que el público todavía no conocía?
Israel Dreyfus: Más que una versión diferente, creo que el público ha conocido quién soy realmente. Aquí puedo ser como soy con mis amigos o en mi casa, sin personajes ni filtros impuestos por otros formatos.

La química del programa es uno de sus puntos más comentados. Desde tu lugar dentro del equipo, ¿qué crees que hace especial a este grupo y qué es lo que más valoras de tus compañeros?
Israel Dreyfus: Nos complementamos. Cada uno tiene fortalezas distintas y el contraste de nuestras personalidades hace que la conversación sea entretenida. La química apareció de forma muy espontánea y eso es algo que el público percibe.

UNA NUEVA ETAPA PARA Q+

Cada uno viene de un mundo distinto: televisión, realities, redes sociales y entretenimiento digital. ¿Qué creen que aporta cada integrante a la mesa y cuál dirían que es el ingrediente que hace funcionar al grupo?
María Pía Copello: Nuestras diferencias son nuestra mayor fortaleza. Cada uno conecta con públicos distintos y aporta una mirada diferente. El respeto, la confianza y la química hacen que todo funcione.
Luciana Roy: Yo vengo de la radio, la improvisación y el deporte. Creo que aporto esa chispa y esa cuota de "criollada" que siempre suma.
Mario Hart: Lo importante es que nadie intenta competir con el otro. Todos buscamos que el programa salga bien y eso genera una energía muy positiva.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Israel Dreyfus: Nos complementamos desde nuestras experiencias y personalidades. Ese contraste hace la magia de la mesa.

En pocos meses el programa ha evolucionado muchísimo y ahora también llega una nueva etapa con el relanzamiento de Q+. Si tuvieran que definir Sin Más Que Decir en una sola palabra hoy, ¿cuál elegiría cada uno y por qué?
María Pía Copello: Evolución, porque este proyecto me obligó a salir de mi zona de confort y volver a aprender desde cero.
Luciana Roy: Equipo, porque desde el primer día me hicieron sentir parte de esta familia.
Mario Hart: Entretenimiento, porque ofrecemos una propuesta distinta para acompañar a la audiencia.
Israel Dreyfus: Diversión. Para mí este programa es mi recreo.

La incorporación de Ethel Pozo fue una de las noticias más comentadas de las últimas semanas. Cuando les contaron que la mesa pasaría de cuatro a cinco integrantes, ¿qué fue lo primero que pensó cada uno?
María Pía Copello: Pensé que toda incorporación se suma cuando llega con ganas de construir y no de competir. Eso fue lo que sentí desde el primer día con Ethel.
Luciana Roy: Al principio me dio

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

temor porque recién estábamos consolidándonos como grupo, pero cuando supe que era Ethel sentí que iba a sumar muchísimo.

Mario Hart: Fue una sorpresa para todos, pero rápidamente vimos que estaba mostrando una faceta distinta que conectó con el público.

Israel Dreyfus: Desde su primera participación sentimos que pertenecía a la mesa. Su llegada se dio de manera muy natural.

Ahora que el programa entra en una nueva etapa, ¿qué les gustaría decirle al público?

María Pía Copello: Gracias por la confianza. Seguiremos creciendo, aprendiendo y trabajando para ofrecer un espacio donde puedan entretenerse y sentirse parte de esta conversación.

Luciana Roy: Que no se van a arrepentir de elegirnos como su mañanero de confianza. Aquí encontrarán risas, historias y mucha espontaneidad.

Mario Hart: Gracias por abrirnos las puertas de sus hogares y acompañarnos cada día. Esperamos seguir entreteniéndolos por mucho tiempo.

Israel Dreyfus: Todo esto es por ustedes. Disfrutamos muchísimo lo que hacemos y seguiremos trabajando para entretener, informar y alegrar sus mañanas.

PRODUCCIÓN

DIRECCION GENERAL & STYLIST
Jean Perez Centeno
@sspicy.pissces

ENTREVISTA
Valeria Burga **@valeriaburga26**

FOTOGRAFÍA
Joaquín Cruzado
@joaquin_cruzado

ASISTENCIA DE FOTOGRAFÍA
Nicolás Gonzalez
@nicolasgdg30

MAQUILLAJE
Isai Suárez Calopino
@isaicalopino
Deborah Suárez Calopino
@deborahcalopino
Pilar Lopez
@pilarlopezmogollon

PEINADO
Jacqueline Torres
@jacquelinehair_style
Patricia Chavez
@pattychavez

VESTUARIO
Dockers
@dockers_peru
ECRU
@ecru.brand

LOCACIÓN
Hotel Real InterContinental Lima Miraflores
@realintercontinentallima

AGRADECIMIENTOS
Abneer Robles
@abneerroblesy
Q+
@masqtvnetwork

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

sarelas, redes y marketing

Con una trayectoria que combina el modelaje, la creación de contenido y el marketing, Daniela Medina ha construido un camino marcado por la autenticidad y la versatilidad. Su capacidad para equilibrar distintas facetas profesionales la ha llevado a colaborar con importantes marcas y a conectar con una comunidad que valora su cercanía. En esta entrevista, nos habla sobre sus inicios, los retos detrás de su trabajo y las metas que la impulsan a seguir creciendo.

Por Gabriela Peralta

¿Cómo nació tu interés por el modelaje y cómo llegaste a crear contenido?

El modelaje nunca fue algo que imaginé cuando era niña. Todo comenzó a los 17 años, cuando me contactaron para participar en un concurso. A partir de esa oportunidad me propusieron hacer desfiles y, aunque al principio no me llamaba mucho la atención, asistí a un casting. El diseñador me eligió, aprendí a caminar en pasarela y, después de mi primer desfile, descubrí que realmente disfrutaba esa experiencia.

Más adelante, mientras estudiaba en la universidad, surgió la oportunidad de crear contenido gracias a un proyecto académico enfocado en apoyar a practicantes. Empecé produciendo contenido para esa comunidad y luego decidí compartir videos en mis redes personales. Con el tiempo, esa afición se convirtió en otra de mis actividades profesionales. Creo que esa pasión siempre estuvo presente, porque desde pequeña me gustaba grabar y editar videos.

¿Qué momento marcó un antes y un después en tu carrera?

Siento que todavía estoy construyendo mi camino, pero sí hubo momentos que me hicieron sentir que iba en la dirección correcta. En el modelaje fue cuando distintas marcas comenzaron a convocarme no solo para desfiles, sino también para campañas publicitarias. En la creación de contenido, el punto de quiebre llegó cuando una marca me contactó para una colaboración pagada. Ahí entendí que mi trabajo tenía valor y decidí asumir esta faceta con mayor profesionalismo.

También trabajas en el mundo corporativo. ¿Cómo equilibras ambas facetas y qué te motiva a seguir?

Detrás de cada video hay mucho trabajo: leer el brief, desarrollar

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

ideas, escribir guiones, grabar, editar y coordinar con las marcas. Como también trabajo a tiempo completo en marketing y publicidad, la organización es fundamental. Planifico toda mi agenda y muchas veces grabo antes de ir a la oficina. Incluso aprovecho los descansos para editar contenido. He tenido que rechazar colaboraciones porque el tiempo no alcanzaba. Aprendí que no se puede aceptar todo y que es importante priorizar. Lo que me impulsa a seguir es que disfruto tanto mi trabajo corporativo como la creación de contenido y el modelaje.

¿Cómo ha cambiado tu vida desde que compartes contenido y qué buscas transmitir?

Todavía me sorprende cuando alguien me reconoce en la calle o cuando mis compañeros comentan mis videos. Es una sensación muy bonita porque demuestra que las personas conectan con lo que hago. En cuanto a la privacidad, procuro establecer límites. Comparto mi día a día, pero evito mostrar información demasiado específica sobre horarios o ubicaciones. Busco transmitir que una persona puede desarrollar distintas facetas al mismo tiempo. También me gusta mostrar una realidad auténtica, donde existen días difíciles, mucho trabajo y cansancio. Además, hago contenido de comedia porque creo que ser uno mismo conecta mucho más que intentar proyectar una imagen perfecta.

¿Cómo ha evolucionado tu forma de crear contenido?

Al principio sobrepensaba cada publicación y buscaba que todo fuera perfecto. Con el tiempo entendí que la autenticidad genera una conexión mucho más fuerte. Ahora hablo más frente a la

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

cámara, comparto experiencias personales y publico con mayor naturalidad. Eso ha permitido construir una comunidad más cercana.

¿Qué colaboraciones recuerdas con más cariño?
La primera marca que decidió trabajar conmigo siempre tendrá un lugar especial porque fue la primera en confiar en mi contenido. También recuerdo con mucha ilusión una campaña reciente con Adidas. En el modelaje, una de las experiencias más significativas fue desfilar en la inauguración de la tienda de una diseñadora peruana en Miami, después de haber trabajado con ella durante varios años. Fue muy especial representar su trabajo fuera del país.

¿Cómo te preparas para un desfile y qué suele subestimarse de tu trabajo?
Cada diseñador busca transmitir algo diferente, por lo que primero es importante entender el concepto de la colección y la actitud que espera de la modelo. Antes del desfile asistimos al fitting para probar el vestuario y, el día del evento, pasamos varias horas entre maquillaje, peinado y ensayos. Muchas personas solo ven el resultado final: un desfile dura pocos minutos y un video apenas unos segundos, pero ambos requieren largas horas de preparación, planificación y trabajo.

¿Cuáles son tus metas a futuro?
En el ámbito corporativo quiero seguir creciendo profesionalmente dentro del marketing y la publicidad. Como creadora de contenido, deseo fortalecer mi comunidad, colaborar con marcas que realmente me gusten y, en algún momento, desarrollar un proyecto propio. También me gustaría compartir mis conocimientos mediante talleres o charlas. No es un proyecto que tenga planificado actualmente, pero es una posibilidad que no descarto porque ya he tenido experiencias similares y las disfruté mucho.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Mundo Financiero

Con experiencia en el sector financiero y una creciente presencia en redes sociales, Gerson Rossinelli ha construido una comunidad interesada en finanzas, negocios y temas cotidianos explicados de manera sencilla y cercana.

¿Qué te motivó a crear contenido y tomártelo seriamente?
Al inicio aparecía en los videos de mi esposa, que ya tenía mucha actividad en redes. Poco a poco sentí que también podía compartir contenido sobre finanzas y negocios, porque muchas personas me animaban a enseñar lo que sabía. Además, ver cómo ella encontró su pasión me hizo entender que las redes podían convertirse en algo mucho más serio si conectas con una comunidad.

Antes de convertirte en creador de contenido, ¿a qué te dedicabas?
Trabajaba en bancos y empresas financieras, por lo que crear contenido era algo secundario.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Publicaba de forma esporádica mientras aprendía cómo funcionaban las redes. Con el tiempo decidí dedicarle más espacio, aunque siempre complementándolo con otros trabajos y un emprendimiento familiar.

¿Recuerdas cuál fue el primer contenido que subiste?
Sí. Era contenido sobre paternidad y actividades con mis hijos, especialmente con Tiago. Mostraba parques, zoológicos y lugares recreativos, sobre todo opciones gratuitas o económicas que ayudaban a otras familias.

¿Cuáles fueron las mayores dificultades al iniciar?
Acostumbrarme a la exposición pública fue lo más difícil, porque venía de un entorno laboral muy reservado. También hubo momentos en que pensé en dejar las redes, ya que crear contenido exige grabar, editar, responder comentarios y mantener constancia mientras atiendes otras responsabilidades.

¿Qué marcó un crecimiento importante en tu cuenta?
Empezar a publicar un video diario y asumir la creación de contenido de forma profesional. Ahí crecieron los seguidores, las interacciones y llegaron las primeras colaboraciones con marcas.

¿Cómo eliges los temas de tus videos?
Las ideas surgen de situaciones cotidianas, noticias o temas que despiertan mi curiosidad. Creo que la gente conecta porque intento explicar temas complejos, como finanzas familiares y economía cotidiana, de una forma simple y útil.

¿Cómo enfrentas los comentarios negativos?
Al inicio me afectaban, pero entendí que las críticas destructivas no aportan. Ahora elimino o bloqueo ese tipo de comentarios y me enfoco en quienes valoran mi contenido.

¿Qué aspecto de tu vida cambió más?
Ahora cuido mucho más mi vida pública y familiar. Como mi esposa también crea contenido,

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

procuramos mantener un entorno seguro para nuestros hijos y evitar situaciones que puedan malinterpretarse.

¿Por qué decidiste hablar de negocios y finanzas de forma sencilla?
Porque durante años atendí consultas en bancos y comprobé que las personas entienden mejor cuando los temas se explican con claridad. Mientras más simple sea el mensaje, más fácil es aplicarlo en la vida diaria.

¿Qué aprendizajes te dejaron las redes sociales?
Me enseñaron la importancia de la constancia, la disciplina y la conexión con la comunidad. También entendí que aceptar nuestras inseguridades puede convertirse en una fortaleza.

¿Qué consejo le darías a alguien que quiere empezar?
Que pierda la vergüenza, sea constante y encuentre un tema que realmente le apasione. Crear contenido requiere esfuerzo, organización y aprendizaje permanente, pero la autenticidad siempre marca la diferencia.

¿Qué futuro imaginas para los creadores de contenido en Perú?
Creo que las redes sociales todavía tienen mucho espacio para crecer. Cada vez más profesionales y empresas comprenden el valor de una comunidad digital, y veremos más creadores transformando sus audiencias en negocios, marcas y proyectos de mayor alcance.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Comunicación emocional: fortaleciendo nuestras relaciones

*Por Samuel Hurtado**

La comunicación emocional constituye una de las habilidades más importantes para el desarrollo personal y la convivencia social. Más allá del intercambio de palabras, representa la capacidad de expresar sentimientos, necesidades y emociones de forma clara, consciente y respetuosa. En una sociedad donde la rapidez de la información parece imponerse sobre la calidad del diálogo, aprender a comunicar lo que sentimos se ha convertido en un elemento indispensable para construir relaciones sanas, fortalecer la confianza y prevenir conflictos que muchas veces nacen del silencio o de interpretaciones equivocadas.

Hablar de comunicación emocional es comprender que toda interacción humana está acompañada por emociones. Cada palabra, gesto, silencio o mirada transmite un mensaje que influye directamente en la manera en que nos relacionamos con los demás. Por ello, no basta con comunicar ideas; también es necesario aprender a expresar aquello que ocurre en nuestro mundo interior. Identificar las propias emociones y transmitirlas con respeto permite desarrollar vínculos más auténticos y encontrar soluciones a las diferencias desde el diálogo y no desde la confrontación.

La ausencia de una adecuada comunicación emocional suele generar distanciamiento, frustración y resentimiento. En muchas ocasiones, los conflictos familiares, laborales o de pareja no surgen por la gravedad de los hechos, sino porque las emociones permanecen ocultas hasta convertirse en una carga difícil de sostener. Expresar una preocupación a tiempo, reconocer un error, pedir disculpas o manifestar gratitud fortalece las relaciones porque refleja honestidad, empatía y madurez emocional.

Comunicar emociones también implica aprender a escuchar. La escucha activa permite comprender no solo las palabras del otro, sino también aquello que intenta expresar desde sus sentimientos. Escuchar con empatía significa dejar de lado los prejuicios, evitar interrupciones y ofrecer un espacio donde la otra persona pueda sentirse comprendida. Cuando las personas perciben que sus emociones son validadas, aumenta la confianza, mejora la convivencia y se fortalecen los lazos afectivos.

En el entorno familiar, la comunicación emocional favorece relaciones basadas en el respeto y el afecto. En las parejas, contribuye a resolver diferencias antes de que se conviertan en conflictos mayores. En los espacios laborales, mejora el trabajo en equipo, promueve un liderazgo más humano y facilita ambientes donde las personas pueden expresar sus ideas y emociones con libertad y responsabilidad. En el ámbito educativo, constituye una herramienta esencial para formar individuos capaces de relacionarse de manera saludable con quienes los rodean.

En una época marcada por la inmediatez de las redes sociales y la comunicación digital, resulta necesario recuperar el valor de las conversaciones profundas. Ningún mensaje instantáneo puede reemplazar la importancia de mirar a alguien a los ojos, escuchar con atención y expresar con sinceridad aquello que sentimos. La verdadera comunicación no consiste únicamente en hablar, sino en generar comprensión, cercanía y confianza.

La comunicación emocional no elimina las diferencias entre las personas, pero sí ofrece herramientas para enfrentarlas con respeto y sensibilidad. Aprender a reconocer nuestras emociones, expresarlas de manera adecuada y comprender las de quienes nos rodean representa una de las competencias más valiosas para la vida. Al final, las relaciones más sólidas no son aquellas donde nunca existen conflictos, sino aquellas donde el diálogo, la empatía y la honestidad emocional se convierten en el lenguaje que permite crecer juntos y construir vínculos capaces de perdurar en el tiempo.

Periodista
@cinesamu

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

ECRU

Lima, marzo de 2026 – ECRU anuncia el lanzamiento de "Windsor Fields", su colección de otoño 2026, que estará disponible a finales de abril en sus tiendas y en www.ecru.pe.

WINDSOR FIELDS

Windsor Fields nace de una sensación: el otoño como refugio. La colección se presenta como una historia de tradición reimaginada, con piezas protagonistas pensadas para mujeres que no quieren verse como todas y que entienden la moda como parte de su narrativa personal.

ECRU es una marca peruana de moda femenina premium, respaldada por un equipo con más de 14 años de trayectoria en desarrollo textil y confección local. Su propuesta integra diseño con identidad y una dirección creativa consistente, con el objetivo de posicionar la moda peruana a nivel internacional. Cada colección parte de una narrativa propia y está pensada para acompañar a sus clientas en los momentos que importan.

CASA ECRU DASSO
Calle Miguel Dasso 160, of. 302, San Isidro
Horario:
L-S: 11am - 8pm
D: 11am - 5pm

ECRU JOCKEY PLAZA
Zona Boulevard, 2do Nivel
Horario:
L-D: 11am – 10pm

ECRU EL POLO II
2do Nivel, Tienda A-207
Horario:
L-S: 11am - 8pm
D: 11am - 5pm

WWW.ECRU.PE @ecru.brand

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Quito en

Gracias a la invitación del JW Marriott Quito, recorrimos algunos de los lugares más emblemáticos de la capital ecuatoriana y sus alrededores, descubriendo una ciudad donde la historia, la gastronomía y la naturaleza conviven en perfecta armonía.

Por Valeria Burga

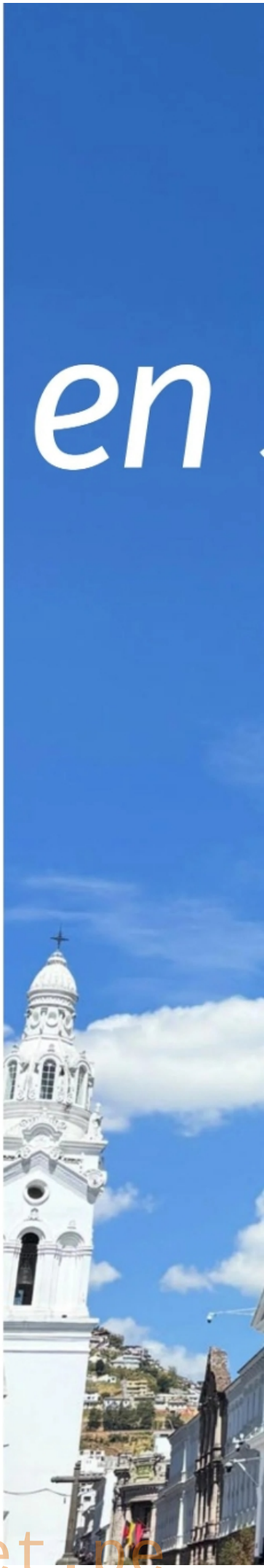
A más de 2.800 metros sobre el nivel del mar, la capital ecuatoriana sorprende por su arquitectura colonial, su riqueza cultural y una gastronomía que encuentra en el producto local su mayor orgullo. Durante tres días recorrimos algunos de sus rincones más representativos, en un viaje que permitió descubrir un Ecuador auténtico, diverso y profundamente conectado con sus raíces.

Día 1 | Historia, cultura y cacao en el corazón de Quito

El primer encuentro con Quito fue a través de su Centro Histórico, considerado uno de los mejor conservados de América Latina. La primera parada fue la imponente **Basílica del Voto Nacional,** cuya arquitectura neogótica domina el paisaje urbano y ofrece una de las mejores vistas panorámicas de la ciudad. Desde lo alto, Quito se revela entre montañas, iglesias centenarias y calles empedradas que cuentan siglos de historia.

El recorrido continuó con un almuerzo en el **Restaurante La Vid,** un espacio que apuesta por ingredientes ecuatorianos trabajados con una mirada contemporánea. Más que una comida, fue una primera aproximación a la identidad culinaria del país, donde cada plato rescata sabores tradicionales con técnicas actuales.

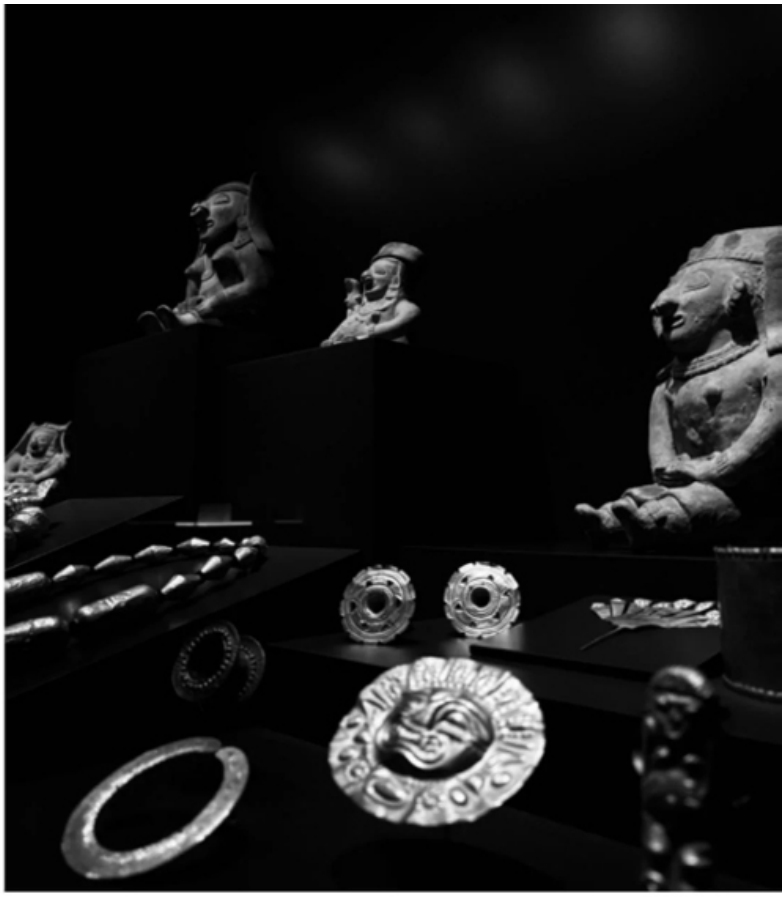
La tarde estuvo dedicada al **Museo de Arte Precolombino Casa del Alabado,** uno de los espacios culturales más importantes de Quito. Su colección permite com-



Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

3 días

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com



prender la cosmovisión de las culturas ancestrales que habitaron el territorio ecuatoriano mucho antes de la llegada de los españoles. No se trata solo de observar piezas arqueológicas; es una invitación a entender el origen de muchas tradiciones que aún permanecen vivas.

La jornada terminó con una experiencia que conquistó todos los sentidos en **Yumbos Chocolate.** Conocer el proceso detrás del cacao ecuatoriano y degustar algunas de sus variedades confirma por qué el país es reconocido mundialmente por la calidad de este producto. Cada tableta resume una historia de territorio, productores y tradición.

Día 2 | Machachi: donde comienza la alta gastronomía

El segundo día llevó el viaje fuera de la ciudad, rumbo a Machachi, una zona donde el campo ecuatoriano cobra protagonismo. La primera visita fue a la **Granja de Gallinas Felices en Dicorne,** proveedor del JW Marriott Quito, donde fue posible conocer de cerca los procesos de producción responsable que abastecen parte de la cocina del hotel. Allí se entiende que la alta gastronomía comienza mucho antes de llegar al plato: nace en el respeto por el productor y por el origen de cada ingrediente.

La tarde concluyó en **Eco Roses,** una de las empresas florícolas más reconocidas del país. Caminar entre interminables cultivos de rosas permite comprender por qué Ecuador es uno de los principales exportadores de flores del mundo. Colores intensos, variedades únicas y procesos de cultivo cuidadosamente desarrollados convierten esta experiencia en mucho más que una visita a un vivero: es un recorrido por una de las industrias que mejor representa al país.

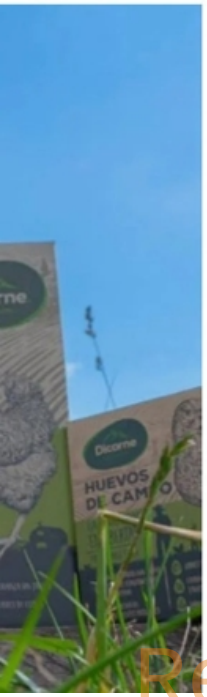
Día 3 | La Mitad del Mundo

El último día estuvo dedicado a uno de los lugares más emblemáticos del Ecuador: la **Mitad del Mundo.** Más allá de la tradicional fotografía sobre la línea ecuatorial, el recorrido ofrece una mirada mucho más amplia sobre la geografía, la historia y la identi-

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

dad nacional. La primera parada fue el Museo Intiñan, donde diversas experiencias interactivas permiten conocer las particularidades científicas y culturales de la línea ecuatorial. Entre demostraciones, historia y tradiciones ancestrales, el visitante comprende por qué este lugar se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos del país.

Muy cerca se encuentra la **Ciudad del Mundo,** un espacio que celebra la diversidad cultural del Ecuador y permite recorrer exposiciones, monumentos y muestras que reflejan la riqueza de sus distintas regiones. Es un lugar ideal para detenerse, explorar y entender la importancia simbólica de este punto del planeta. La experiencia culminó en **Casa Agave,** un espacio dedicado a difundir la riqueza del agave y los destilados elaborados a partir de esta planta. Más allá de la cata, la visita permite conocer la historia, las técnicas de producción y el valor cultural que el agave tiene dentro de distintas comunidades ecuatorianas.



Tres días bastan para descubrir que Quito es una ciudad donde la historia dialoga con la innovación, donde la gastronomía nace en el campo y llega a la mesa con identidad, y donde cada recorrido deja la sensación de que siempre queda algo más por conocer. Quizá esa sea la mayor virtud de Quito: lograr que cada visitante se vaya con la certeza de haber descubierto apenas una parte de todo lo que Ecuador tiene para ofrecer, pero con el deseo inevitable de regresar.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

EXPO.TEC

Por Juan Pablo Robles

ROG Flow Z13 KJP edición Kojima: un híbrido de culto

Asus sorprende con la ROG Flow Z13 KJP edición Kojima, un dispositivo que rompe las fronteras entre laptop, tablet y consola. Su potencia descomunal se combina con un diseño que lleva la firma del creador de *Metal Gear* y *Death Stranding*. Probarla es entrar en un universo donde la tecnología se convierte en narrativa, donde cada partida se siente como una obra de autor. Es portátil, versátil y tan inmersiva que redefine lo que significa jugar en movimiento.

Infinity Gaming Center: el bunker gamer que se volvió rutina

No es solo un local, es un ecosistema. Infinity Gaming Center se consolida como el espacio donde padres e hijos comparten partidas, donde cuarentones encuentran su podio y donde la comunidad se convierte en familia. Subir al segundo nivel y ver todo desde arriba es como entrar en un escenario de Final Fantasy: un placer gamer que ya forma parte de la semana.

ExpertBook Ultra: productividad ligera y elegante

Trabajar puede ser un placer cuando la herramienta acompaña. La ExpertBook Ultra demuestra que la tecnología también puede ser estética y cercana. Ligera, potente y sobria, convierte la rutina en experiencia, desde la edición de video hasta la redacción de una clase. Es un puente entre productividad y lifestyle, un recordatorio de que cumplir tareas también puede disfrutarse.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

El placer de descubrir lo nuevo

Star Fox Remake: nostalgia con potencia gráfica

Nintendo revive un clásico en Switch 2. Volver a pilotar la Arwing con fluidez contemporánea es un placer que mezcla recuerdos y modernidad. Los polígonos rudimentarios quedaron atrás; ahora la experiencia es inmersiva, veloz y tan emocionante como la primera vez.

Overcooked: el caos delicioso de jugar en familia

No todo es competencia. Overcooked recuerda que los videojuegos también son convivencia. Risas, caos y trabajo en equipo alrededor de una cocina virtual que se convierte en excusa perfecta para compartir con hijos, amigos o pareja. Un placer simple y colectivo que demuestra que el gaming también puede ser unión.

Castlevania Revamped: regreso con estética renovada

Un clásico oscuro que vuelve con fuerza. Castlevania Revamped ofrece escenarios góticos con potencia gráfica contemporánea, un desafío que mezcla nostalgia y modernidad. Recorrer sus pasillos es revivir la esencia gamer con frescura actual, un placer que conecta generaciones y mantiene viva la magia de la saga.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

PLACER

Por Juan Pa

INFINITY GAMING CENTER: BUNKER GAMER

Hay lugares que primero se descubren por trabajo y luego se disfrutan por placer. Durante los últimos diez meses, cada dos o tres semanas, alguna marca tecnológica decidió realizar su evento en Infinity Gaming Center. No eran solo productos gamer, también lanzamientos de autos, gadgets y experiencias digitales. Siempre me invitaban a cubrirlos y fue así como conocí este bunker de los eSports y a quienes lo gestionan. Sin embargo, recién hace unas semanas decidí visitarlo con calma, no como periodista, sino como jugador. Y ahí empezó otra historia.

Entrar a Infinity es un viaje sensorial. El sonido de los teclados mecánicos, la vibración de los simuladores de F1, la luz de las pantallas gigantes y la energía de los jugadores crean un ambiente que no se parece a nada en Lima. Es un espacio que se siente vivo, como si cada rincón estuviera diseñado para que el tiempo se diluya. Lo comprobé cuando terminé Mario Bros 3 al cien por ciento sin darme cuenta de las horas. Ese estado de flow, esa concentración absoluta que solo los gamers entendemos, me recordó que el placer también puede ser digital.

Después vino la competencia. Mario Kart 8 en Nintendo Switch, Mortal Kombat 1 en PlayStation 5 y la adrenalina de los simuladores de F1 donde mis tiempos siguen entre los primeros lugares, o al menos eso quiero pensar. Luego exploré las zonas de realidad virtual y finalmente el escenario principal para los PC gamers. Infinity no es solo un local, es un ecosistema. El centro gamer más grande del país y la región, ubicado en el centro comercial Puruchuco, un espacio que necesitaba un lugar de esta magnitud.

Al inicio me parecía lejos. Desde Sur Chico, bien planeado, llego en cincuenta minutos, mientras que desde Miraflores puede tomar casi dos horas. Pero ahora es parte de mi rutina semanal. Subir al segundo nivel y ver todo Infinity desde arriba es comparable a un escenario de Final Fantasy: un sueño de niño que el adulto puede y quiere vivir.

Lo más fascinante es que Infinity no está pensado únicamente para los nuevos gamers, en su mayoría de PC. También es un espacio para nosotros, los cuarentones que buscábamos un lugar con simuladores de F1, con watch parties de las carreras y campeonatos posteriores. Padres con hijos pequeños gamers encuentran aquí un equilibrio perfecto: mientras tu hijo juega Fortnite, tú puedes estar al lado en modo Counter. Es un concepto de nicho que responde a una necesidad real, la de compartir el placer del videojuego entre generaciones.

Infinity Gaming Center es más que un bunker gamer. Es un manifiesto de cómo el entretenimiento digital puede convertirse en experiencia cultural, en rutina semanal y en placer compartido. Es un lugar donde la nostalgia se mezcla con la innovación, donde los recuerdos de Mario Bros conviven con la emoción de un torneo de eSports. Y es también un espacio que invita a invertir tiempo, energía y pasión.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

DIGITAL

blo Robles*

EXPERTBOOK ULTRA: LIGERO Y POTENTE

Hay dispositivos que llegan a tu vida como herramientas y otros que se convierten en parte de tu rutina de placer. La ExpertBook Ultra pertenece a esa segunda categoría. Durante semanas la utilicé para edición de video, redacción y gestión académica, pero lo que más me sorprendió no fueron sus especificaciones técnicas, sino la sensación de libertad que ofrece.

Trabajar con un equipo ligero cambia la manera en que uno se relaciona con el día. Es abrir la tapa y sentir que todo fluye con rapidez, que las ideas se transforman en texto sin interrupciones, que los proyectos se organizan con naturalidad. La ExpertBook Ultra no es solo una laptop, es un compañero de viaje que se adapta a cualquier escenario: desde una clase universitaria hasta una cobertura de eSports, desde un café en Miraflores hasta una reunión en Puruchuco.

El placer está en los detalles. La pantalla que no cansa la vista, el teclado que responde con suavidad, la batería que aguanta más de lo esperado. Esos pequeños gestos tecnológicos convierten el trabajo en experiencia. Y cuando la rutina exige edición de video o multitarea pesada, la ExpertBook Ultra responde con potencia sin perder elegancia.

Lo más curioso es que este dispositivo me recordó que la tecnología también puede ser estética. Su diseño sobrio, casi minimalista, transmite profesionalismo, pero al mismo tiempo invita a usarlo en cualquier contexto. No importa si estoy preparando una clase sobre inteligencia artificial o editando un clip gamer para TikTok, la sensación es la misma: trabajar se convierte en un placer.

La ExpertBook Ultra es, en esencia, un puente entre la productividad y el lifestyle. No se trata solo de cumplir tareas, sino de disfrutarlas. En un mundo donde la tecnología suele ser vista como herramienta fría, este equipo demuestra que también puede ser cálida, cercana y parte de la rutina personal.

En Placeres hablamos de experiencias que trascienden lo funcional. La ExpertBook Ultra es una de ellas. Porque más allá de benchmarks y comparativas, lo que queda es la sensación de que trabajar puede ser ligero, potente y, sobre todo, placentero.

* Tecnólogo y gamer
@juanpablobox

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Cosiendo sueños viviendo histo

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

S, orias

Desde muy joven, Elida Morillo encontró en la moda mucho más que una afición: la convirtió en su proyecto de vida. Tras años de trayectoria en diseño y emprendimiento, desde 2024 lidera Casa Morilo, su atelier, donde desarrolla propuestas que combinan creatividad, identidad y confección a medida.

Por Gabriela Peralta

¿Cómo nació tu interés por la moda y qué te llevó a convertirla en tu profesión?

Mi proceso fue muy millennial. Crecí viendo programas como Say Yes to the Dress, Project Runway y America's Next Top Model. Desde niña me fascinó ese mundo y quería formar parte de él. Cuando llegó el momento de elegir una carrera no fue fácil. Mi mamá me apoyaba, pero mi papá veía la moda como un hobby y prefería que estudiara una profesión más "segura". Yo nunca me imaginé haciendo otra cosa, así que insistí hasta que confiaron en mi decisión.

¿Cómo fueron tus primeros pasos en la industria y qué desafíos encontraste al abrir tu atelier?

Abrí mi atelier a los 18 años, cuando recién empezaba la universidad. Todo surgió porque una amiga se casaba y necesitaba vestidos para sus damas de honor. Junto a un compañero asumimos ese proyecto y así nació el negocio. El mayor reto fue encontrar el equilibrio entre la creatividad y las necesidades del mercado. También fue un desafío formar un equipo de confianza y aprender a delegar.

¿Cómo llegaron tus primeros clientes?

Mi primera clienta fue la amiga de un amigo. Publicamos en Facebook que habíamos abierto un atelier y ella nos escribió porque

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

necesitaba un vestido para un matrimonio. Ni siquiera teníamos el local listo, así que fuimos hasta su casa para tomarle las medidas. Desde el inicio entendí que lo más importante era interpretar exactamente lo que cada clienta imaginaba y convertir esa idea en una prenda que reflejara su esencia.

¿Qué impacto tuvieron las redes sociales en el crecimiento de tu marca?

Aunque abrí el atelier en 2015, recién en 2018 empecé a mostrar mi rostro en redes sociales. Me daba mucha vergüenza aparecer frente a la cámara, pero comprendí que nadie podía contar mi historia mejor que yo. Ese paso cambió por completo la relación con mi comunidad. La marca dejó de ser solo un nombre y se volvió mucho más cercana para quienes la seguían.

Además de crear contenido, escribes en El Comercio. ¿Cómo surgió esa oportunidad?

Siempre me interesó el periodismo de moda y el análisis de tendencias. En 2025 participé como panelista en un programa de streaming de El Comercio y, a partir de esa experiencia, me ofrecieron escribir una columna semanal. Disfruto mucho la escritura porque permite desarrollar las ideas con mayor profundidad que los formatos digitales de corta duración.

¿Cuáles son hoy los principales desafíos para emprender en moda?

Uno de los mayores retos es competir con el fast fashion y plataformas como Shein o Temu, que ofrecen prendas a precios muy

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

bajos y con tiempos de entrega muy rápidos. Eso obliga a los emprendedores a diferenciarse a través de la calidad, el diseño y la atención personalizada. Aun así, creo que la industria peruana ha evolucionado muchísimo. Hoy existe más creatividad, más emprendimientos y espacios como Gamarra siguen siendo fundamentales para el desarrollo del sector.

¿Qué significa para ti entregar un vestido de novia?

Es uno de los momentos más emocionantes de mi trabajo. Cada novia sigue siendo especial, incluso después de tantos años. Mi objetivo nunca es que el vestido sea el protagonista, sino que resalte a la persona. Quiero que lo primero que digan sea: "Qué linda está", y después: "Qué bonito vestido". La prenda debe potenciar su personalidad y hacerla sentir auténtica.

También te has dedicado a la docencia. ¿Qué te ha dejado esa experiencia?

Antes de trabajar de lleno en moda enseñaba inglés, y ahí descubrí cuánto disfrutaba enseñar. Más adelante empecé a dictar charlas y, en 2023, me convocaron para el programa Emprende Moda de la Universidad del Pacífico, que hoy dirijo. Enseñar es un aprendizaje constante porque, además de compartir conocimientos, también recibo nuevas perspectivas de mis estudiantes.

¿Qué consejo les darías a quienes sueñan con dedicarse a la moda?

Siempre repito una frase: "Pon tu arte allá afuera". Si tienes ideas y nunca las ejecutas, jamás sabrás hasta dónde pueden llegar. Hay que dejar de lado el miedo y atreverse a empezar. En lo personal, mi objetivo es seguir haciendo crecer Casa Morilo, desarrollar nuevas colecciones y continuar apostando por una moda cada vez más consciente y sostenible.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

MOSSA

Identidad renovada

Mossa inicia una nueva etapa. La marca propia de Lazzos & Co. renueva su identidad para seguir evolucionando en el mercado del calzado. En esta entrevista, sus representantes comparten la historia de la marca y la visión que impulsa este nuevo capítulo.

Lazzos & Co. cuenta con un importante portafolio de marcas internacionales. ¿Cómo nació Mossa y cuál fue la visión detrás de crear una marca propia?

William Pereyra
Gerente General

Cuando iniciamos como Lazzos & Co., hace 14 años, teníamos la representación del Grupo Beira-Río para distribuir sus marcas a nivel nacional. Conforme crecimos y aumentó la presencia de los centros comerciales, vimos la necesidad de contar con una marca propia que nos permitiera reunir el portafolio de marcas brasileñas en un solo espacio y acercarnos directamente al consumidor final.

Además, nuestros clientes mayoristas tenían cada vez más dificultades para ingresar a los centros comerciales, por lo que Mossa nació como una estrategia para fortalecer el branding, tener presencia en estos espacios y mostrar la variedad de nuestras marcas. En una primera etapa también abrimos tiendas outlet para dar salida a los saldos de almacén, y luego evolucionamos hacia el concepto actual de Mossa, con colecciones nuevas y una propuesta enfocada en moda y tendencias.

Después de varios años en el mercado, ¿qué los llevó a tomar la decisión de renovar la identidad de Mossa y apostar por un relanzamiento de branding?

La moda está en constante evolución y nosotros también debíamos hacerlo. Notamos que, además de nuestro público tradicional, cada vez conquistábamos a consumidoras más jóvenes, por lo que vimos necesario modernizar la marca sin perder nuestra identidad. Este relanzamiento

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

responde a la necesidad de innovar como empresa y mantenernos competitivos. Queremos seguir representando nuestra esencia: ofrecer producto brasileño, moda y tendencias, pero con una imagen mucho más actual que conecte con las nuevas generaciones.

Un cambio de logo suele reflejar una transformación más profunda. ¿Qué representa la nueva identidad visual de Mossa y qué valores busca transmitir?

Elizabeth Moreno
Coordinadora de Marketing B2C
La nueva identidad representa la evolución de Mossa. Es un refresh de la marca que nos permite vernos más actuales y conectar mejor con las consumidoras de hoy, sin perder nuestro ADN. Desde nuestros inicios entendimos que no existe un solo tipo de mujer. Hay diferentes estilos, gustos y necesidades, y queremos acompañarlas en cada uno de esos momentos. La nueva imagen transmite una marca moderna, con actitud y una fuerte inspiración en la moda brasileña, reflejando frescura y personalidad.

Más allá del diseño, ¿cómo definirían la nueva esencia de Mossa y qué esperan que el consumidor perciba cuando piense en la marca?
Más que una nueva esencia, estamos llevando la esencia que ya teníamos a un siguiente nivel. No solo vendemos zapatos; acompa-

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

ñamos historias, momentos y decisiones importantes en la vida de nuestras clientas. Queremos transmitir libertad, actitud, seguridad y confianza. Nuestro objetivo es que cuando una mujer piense en Mossa, la asocie con una tienda donde siempre encontrará el par ideal para cualquier ocasión, sin tener que elegir entre verse bien o sentirse cómoda.

Lazzos & Co. distribuye reconocidas marcas de calzado brasileño. ¿Cómo ha influido esa experiencia en la construcción de la nueva propuesta de valor de Mossa?

Justo Lázaro
Gerente de Finanzas
Brasil es uno de los principales clústeres de producción de calzado a nivel mundial y nosotros trabajamos con los conglomerados más importantes del país. Esa experiencia nos ha permitido conocer profundamente el mercado y trasladar ese conocimiento a Mossa.

Cada marca mantiene su propia identidad, pero en Mossa unificamos la comunicación para transmitir el espíritu de la moda brasileña. En este relanzamiento buscamos que esa inspiración sea inmediata y atractiva, especialmente para el público más joven, mediante elementos visuales vinculados al carnaval, Copacabana y el estilo de vida brasileño.

Hoy hablan de una marca inspirada en la calidad del calzado brasileño. ¿Cómo se traduce ese concepto en el diseño, los materiales y la experiencia que ofrecen al cliente?
Trabajamos con calzado manufacturado, elaborado en gran parte de forma artesanal, utilizando materiales de última tecnología que priorizan la comodidad sin dejar de lado el diseño. Nuestra experiencia como especialistas en calzado brasileño nos permite ofrecer productos que acompañan al cliente durante toda su jornada, brindando confort, calidad y una experiencia positiva. Esa combinación de innovación, moda y comodidad es parte del valor que queremos transmitir.

¿A qué tipo de consumidor busca llegar esta nueva etapa de Mossa y qué necesidades o expectativas quieren satisfacer?

Elizabeth Moreno

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Coordinadora de Marketing B2C
En Mossa recibimos perfiles muy diversos de clientas. Algunas priorizan las tendencias, otras buscan comodidad y muchas desean encontrar un equilibrio entre ambas. Nuestro objetivo es seguir siendo una marca que entiende las distintas necesidades de cada mujer y ofrecer una experiencia de compra donde se sientan seguras de su elección. Además, buscamos conectar con un público cada vez más joven sin dejar de atender a nuestras clientas de siempre.

En un mercado donde la oferta de calzado es cada vez más amplia, ¿qué diferenciará a Mossa de otras marcas nacionales e internacionales?
Nuestra principal diferencia es que somos el espacio donde la moda brasileña cobra vida en el Perú. Contamos con una amplia variedad de marcas reconocidas, respaldadas por su diseño, calidad y comodidad. Además, ofrecemos una propuesta donde la moda y el confort conviven en un mismo lugar. Queremos que nuestras clientas no tengan que elegir entre verse bien o sentirse cómodas, porque en Mossa pueden encontrar ambas cosas.

¿Qué objetivos se han planteado con este relanzamiento y cómo imaginan a Mossa en los próximos años?

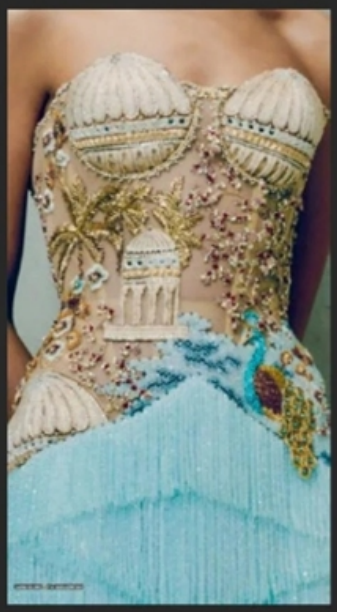
Magali Pereyra
Jefa de Tiendas
Este relanzamiento va mucho más allá de una renovación de imagen. Queremos que los clientes perciban que Mossa no es una tienda más, sino un lugar donde encontrarán los mejores calzados con tecnología brasileña. Nuestro objetivo es consolidarnos como una marca referente en calzado y accesorios, reconocida por su moda, diseño y comodidad. Asimismo, buscamos seguir creciendo y fortalecer nuestra presencia tanto en tiendas físicas como en nuestra plataforma web. Imaginamos una Mossa que evoluciona junto a sus clientes, acompañándolos en cada etapa de su vida.

Si tuvieran que definir esta nueva etapa de Mossa en una sola frase, ¿cuál sería el mensaje que quieren dejar en sus clientes y en el mercado?
"Una nueva imagen, la misma esencia."

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

El filo infinito

*Por Claudia Aguilar Valdivia**



Si la indumentaria es la arquitectura del cuerpo, el bordado es su literatura. A lo largo de la historia, el acto de atravesar una tela con un hilo ha trascendido la mera función decorativa: ha sido un registro de estatus social, una herramienta de propaganda política, un arte místico y, en última instancia, la columna vertebral de la alta costura. Hoy, en una industria acelerada por el consumo masivo y las tendencias efímeras, el bordado sobrevive y se reinventa como la máxima expresión del lujo: el tiempo transformado en textura.

El origen del bordado se entrelaza de manera inseparable con las primeras grandes civilizaciones. En el Antiguo Egipto, las túnicas ornamentadas con finos hilos de oro no buscaban simplemente halagar la vista, sino declarar de forma explícita el rango divino de la realeza. Una narrativa similar se desarrolló en la antigua China, donde los secretos de la elaboración de la seda y los complejos motivos bordados a mano estaban reservados exclusivamente para la familia imperial y protegidos bajo pena de muerte.

Con la consolidación y expansión de la Ruta de la Seda, las agujas se convirtieron en auténticas embajadoras culturales. Las técnicas milenarias de Asia viajaron hacia Persia, el Imperio Otomano y el continente europeo, transformando para siempre la vestimenta ceremonial y religiosa. Durante la Edad Media europea, las creaciones conocidas como Opus Anglicanum —extraordinarios bordados litúrgicos elaborados con hilos de oro, plata y seda— alcanzaron un valor económico y diplomático superior al de las propias joyas de la corona. En aquella época, bordar significaba, literalmente, escribir la historia del poder.

El verdadero punto de inflexión para el bordado dentro de la moda occidental llegó en la Francia del siglo XVIII. Bajo el reinado de Luis XV y con el decidido impulso estético de Madame de Pompadour, diseños como el Point de Pompadour y las técnicas de ganchillo convirtieron a París en el centro gravitacional del refinamiento textil.

A mediados del siglo XIX, la técnica dio un salto crucial en la ciudad de Lunéville. Louis Ferry-Bonnechaux perfeccionó el método para aplicar abalorios y lentejuelas utilizando un gancho especial (crochet de Lunéville) y trabajando desde el revés de la tela estirada sobre un bastidor. Esta innovación redujo drásticamente los tiempos de producción y permitió una densidad de pedrería sin precedentes. Cuando Charles Frederick Worth sentó las bases de la alta costura parisina, los talleres de bordado se volvieron indispensables: el valor de una prenda ya no se medía únicamente por su corte o su estructura, sino por las miles de horas de trabajo artesanal invertidas en cada detalle.

El desarrollo de la moda en el siglo XX es inseparable de la alianza entre los grandes diseñadores y los talleres artesanales especializados. La Maison Lesage, fundada en 1924 por Albert y Marie-Louise Lesage, redefinió los límites plásticos del bordado. Sus colaboraciones con figuras de vanguardia, como Elsa Schiaparelli —con creaciones icónicas como la chaqueta Espejo roto— y, más tarde, con Yves Saint Laurent y Karl Lagerfeld para Chanel, demostraron que las cuentas de cristal, las cintas, los plásticos y las plumas podían traducir corrientes artísticas como el cubismo y el surrealismo directamente sobre la superficie de un vestido.

En la actualidad, el bordado atraviesa un renacimiento fascinante impulsado por dos fuerzas aparentemente opuestas. Como faro de resistencia artesanal en un mundo cada vez más digitalizado, demuestra que la verdadera elegancia no reside en la velocidad con la que se produce una pieza, sino en la paciencia, la historia y la emoción que quedan eternamente atrapadas en cada puntada.

* *Diseñadora de modas*
@clau.avaldivi

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Versatilidad en movimiento

New Arrivals en Dockers, prendas que destacan por su versatilidad, comodidad y calce. Pensadas para adaptarse a diferentes ocasiones y acompañarte en cada momento del día. Visita dockers.pe y tiendas dockers, y descubre lo nuevo de esta temporada.

Camisa Work Andorra **S/.219.00**

Pantalón Ultimate 360
Chino Skinny Beige **S/.249.00**

Chompa 1/4 zip pure cashmere
S/.249.00

Casaca Lightweight
Nylon Packable Idol Azul **S/.299.00**

Chompa Full Zip Navy Blazer
S/.249.00

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Una vida en movimiento

La directora y coreógrafa, Vania Masías, repasa los hitos de sus 25 años de carrera, reflexiona sobre el impacto de D1 y explica cómo Wankar y el regreso de Mezcla representan una nueva etapa en su búsqueda por contar historias desde el movimiento.

Por Inés Livisi

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Este año celebras 25 años como bailarina. ¿Qué sientes que permanece intacto desde aquella Vania que recién empezaba?
Lo que permanece intacto es el entusiasmo y la pasión por seguir creando, descubriendo, viviendo y moviéndome. Eso nunca se ha ido. Sí, muchas veces he dudado. Creo que todos atravesamos bloqueos, desde los más pequeños hasta los más grandes. En esos momentos queda confiar en el trabajo, en el guion, en la intuición y seguir adelante. Esa intuición también ha guiado muchos de mis proyectos. Ahora estamos desarrollando una carrera junto con Toulouse-Lautrec y, durante el proceso, nos dijeron que D1 lleva veinte años haciendo lo que hoy es tendencia a nivel mundial. Escuchar eso valida esa necesidad constante de innovar, explorar y atreverme a probar cosas nuevas.

También se celebran los 20 años de D1. ¿Cuál es el mayor aprendizaje que te han dejado los jóvenes que han pasado por la escuela?
Que todo es posible. Si uno sueña en grande, cree en su visión y conecta con sus emociones, puede lograrlo; no hay límites. Ellos me lo han demostrado. Es un sueño en el que creí desde el inicio y que hoy se refleja en historias muy impactantes. Cada una me llena de orgullo y me emociona ver cómo ese impacto se ha multiplicado en tantas vidas.

¿Soñabas con que la escuela tendría el impacto que tiene hoy?
Sí, lo imaginaba. Si no lo hubiera creído, nunca habría sucedido. Siempre visualicé una escuela formando a muchísimos jóvenes. Me sorprenden sus logros y es maravilloso ver hasta dónde han llegado. Es una enorme satisfacción y una demostración de que sí se pueden hacer las cosas bien en el Perú, construyendo una comunidad basada en valores.

DANSA une artes escénicas y gastronomía. ¿Cómo nació la

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

idea de convertir una función en una experiencia multisensorial?
DANSA nace como una iniciativa de la Corporación Wong, que buscaba crear un dinner show. Convocaron a Lucho Quequezana y a mí para desarrollar el concepto, y así empezó a tomar forma este proyecto. Nuestra intención fue ir más allá de un espectáculo tradicional y crear una experiencia inmersiva. Queríamos que el público no solo observara, sino que viviera la historia a través de todos los sentidos: el sonido, la música, las imágenes y la gastronomía, todo integrado en una experiencia sensorial de 360 grados. Tener este espacio creativo para desarrollar historias y, al mismo tiempo, brindar estabilidad a un equipo de bailarines y músicos es algo que me hace muy feliz. Con Lucho estamos muy entusiasmados con esta nueva temporada.

¿Qué diferencia a Wankar de Yanuq, tanto artística como emocionalmente?
La principal diferencia está en la historia. Yanuq sigue el viaje de Teresa, una adolescente que recorre el Perú en busca de la receta de sus ancestros para descubrir la magia que heredó de su familia. Cada ingrediente que encuentra forma parte de ese legado y la conecta con sus raíces. El personaje lleva ese nombre en homenaje a Teresa Ocampo, con quien crecí. En Wankar quise cambiar completamente el enfoque. Es una historia con un trasfondo más político, donde un Perú dividido busca proteger un tambor sagrado que simboliza la unión del país. Al mismo tiempo, es una historia de amor entre Inti y Killa, dos jóvenes que poseen los amuletos necesarios para encontrar el Wankar. En lo artístico, Wankar ha sido mucho más desafiante de lo que imaginé. Incorporamos números aéreos con tecnología que no existía en el Perú y tuvimos que capacitar al elenco para ejecutarlos. Ha sido un reto enorme, pero la respuesta del público en estas primeras semanas ha sido muy positiva.

Este año regresa Mezcla a la escuela D1. ¿Por qué sentiste que era el momento adecuado para traer nuevamente esta función?
En el marco de los 20 años de D1

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

me parecía importante que los estudiantes que están por graduarse conocieran una obra que nació hace casi dos décadas y entendieran cómo se gestó. En la escuela usamos los procesos artísticos como herramientas terapéuticas y como una forma de reflexionar sobre lo que ocurre en nuestra sociedad. Mezcla cuenta una historia real, una especie de West Side Story limeña: la relación entre un chico de barrio y una chica de un contexto acomodado, y todo lo que eso implica. Al mismo tiempo, refleja mi interés por fusionar estilos. Vengo del ballet clásico, pero siempre he amado la música afroperuana y la música peruana, y quería demostrar que esas expresiones podían dialogar en un mismo escenario. Me pareció valioso que esta nueva generación conociera esa historia, porque siento que el mensaje de Mezcla sigue siendo vigente.

¿Qué dirías que ha cambiado en ti como directora desde la primera versión hasta hoy?

Muchísimo. Cuando veo la primera versión soy mucho más crítica con el nivel de detalle y la rigurosidad. Creo que mi mayor evolución ha estado en la narrativa y en la dramaturgia del movimiento: cómo contar una historia únicamente a través del cuerpo. Mi búsqueda ha sido transmitir emociones de manera natural, sin exageraciones, para que el público realmente las sienta y las viva.

Después de tantos proyectos exitosos, ¿qué desafío artístico todavía te intimida?

El gran desafío que tengo por delante es llevar un espectáculo peruano de nivel internacional al extranjero. Siento que ya estamos preparados para lograr un montaje de ese nivel fuera del país, y ese es el siguiente paso al que quiero llegar.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

JW Marriot Quito: Lujo y b

Ubicado en el corazón de la capital ecuatoriana, el JW Marriott Quito combina lujo, bienestar y una propuesta gastronómica de primer nivel para ofrecer una experiencia que invita a descubrir la riqueza cultural y culinaria de Ecuador desde una nueva perspectiva.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

bienestar

Ubicado en una de las zonas más exclusivas de la capital ecuatoriana, el JW Marriott Quito se ha consolidado como uno de los hoteles más importantes del país, combinando hospitalidad de lujo, una destacada propuesta gastronómica y espacios diseñados para el descanso y el bienestar. Su privilegiada ubicación permite descubrir los principales atractivos de Quito mientras ofrece una experiencia que refleja la riqueza natural y cultural de Ecuador.

Desde el primer ingreso, el hotel transmite una identidad profundamente conectada con el país. Su arquitectura y diseño interior están inspirados en las cuatro regiones naturales de Ecuador -Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos-, integrando materiales, texturas y elementos que evocan la biodiversidad y la herencia cultural ecuatoriana. El resultado es un ambiente elegante que, más allá del lujo, invita al huésped a descubrir el destino desde el interior del propio hotel.

Las habitaciones y suites han sido concebidas para ofrecer confort y sofisticación, con espacios amplios, diseño contemporáneo y servicios pensados tanto para viajeros de ne-

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

gocios como para quienes visitan Quito por placer. La experiencia se complementa con el reconocido estándar de hospitalidad de JW Marriott, donde cada detalle busca brindar tranquilidad y atención personalizada.

Uno de los grandes diferenciales del hotel es su propuesta gastronómica. El JW Marriott Quito reúne cinco conceptos culinarios que permiten recorrer distintos sabores sin salir de sus instalaciones. Raíces Fine Cuisine propone una reinterpretación contemporánea de la cocina ecuatoriana y sudamericana a través de ingredientes ancestrales; Botanica ofrece una carta internacional con influencias latinoamericanas; Fogo de Chão acerca la tradición brasileña de la churrasquería; The Exchange Bar & Kaori Sushi Bar combina coctelería de autor con cocina internacional y especialidades japonesas; mientras que Meet Gourmet completa la experiencia con una selección de cafés, postres, panadería artesanal y opciones para disfrutar durante todo el día.

A esta oferta se suma el Taproom Latitud Cero, un espacio ideal para los amantes de la cerveza artesanal, donde los huéspedes pueden disfrutar etiquetas locales en un ambiente relajado que complementa la diversidad gastronómica del hotel.

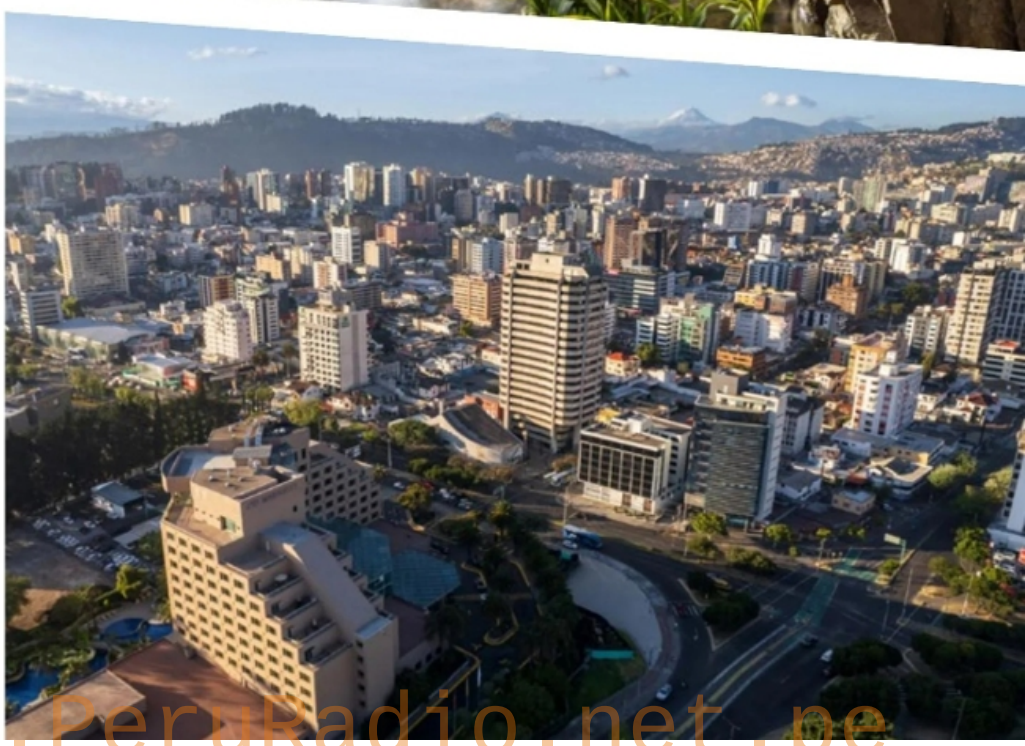
El bienestar también ocupa un lugar central dentro de la experiencia. El hotel dispone de un gimnasio abierto las 24 horas, completamente equipado con

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

máquinas de última generación y zona de pesas para quienes desean mantener su rutina de entrenamiento durante el viaje. A ello se suman una amplia piscina, áreas de hidromasajes y un jacuzzi temperado, ideales para relajarse después de un día de reuniones o de recorrer la ciudad. Además, el Health Club ofrece tratamientos de spa, faciales y servicios de cuidado personal que convierten la estadía en una experiencia integral de descanso.

El JW Marriott Quito también se ha convertido en uno de los principales escenarios para congresos, convenciones, eventos sociales y celebraciones en Ecuador. Sus múltiples salones, equipados con tecnología de primer nivel y respaldados por un experimentado equipo de organización, permiten albergar desde reuniones corporativas hasta grandes recepciones y bodas, manteniendo los estándares internacionales que caracterizan a la marca.

Más que un hotel de lujo, el JW Marriott Quito representa una puerta de entrada a la cultura ecuatoriana. Su apuesta por integrar gastronomía, bienestar, diseño y servicio en una misma experiencia convierte cada estadía en una invitación a descubrir el país desde una perspectiva contemporánea. Ya sea para un viaje de negocios, unas vacaciones o una escapada gastronómica, el hotel ofrece un equilibrio entre elegancia, confort y autenticidad que lo posiciona como uno de los referentes de la hotelería de lujo en Sudamérica.



Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

DCO Lifestyle

El precio es la última pregunta

*Por Mario Ramos**

Vivimos en una época en la que basta un mensaje de WhatsApp para que una conversación sobre un proyecto de diseño de interiores comience con una pregunta que, aunque parece inocente, revela mucho sobre cómo entendemos el valor profesional: "¿Precio?". No hay nada incorrecto en querer conocer el costo de un servicio. Todos administramos un presupuesto. El problema aparece cuando esa pregunta se convierte en el principal criterio para decidir. Cuando el precio llega antes que el conocimiento, el cliente deja de evaluar talento, experiencia y criterio para limitarse a comparar cifras.

Un diseñador no vende muebles. Vende criterio.
Nadie elegiría a un cirujano solo porque cobra menos, ni confiaría la construcción de su casa a un arquitecto sin conocer antes su trayectoria. Sin embargo, en el diseño de interiores esa lógica parece invertirse. Durante años se ha confundido el diseño con la decoración, como si un diseñador solo eligiera colores, muebles o luminarias.

La realidad es muy distinta. Un verdadero diseñador interpreta la forma en que una familia vive, optimiza la distribución, mejora la iluminación, selecciona materiales duraderos, coordina procesos constructivos y toma decisiones que terminan convirtiéndose en bienestar y calidad de vida. Lo que el cliente ve es el resultado; lo que realmente paga es la capacidad profesional para llegar hasta él.

La experiencia tiene un precio porque evita errores costosos.
Existe una frase que resume esta idea: "Lo caro no es contratar a un buen profesional. Lo caro es contratar al equivocado". Los años de experiencia significan soluciones probadas, criterio técnico, sensibilidad estética, proveedores confiables y la capacidad de anticiparse a los problemas. Paradójicamente, el profesional con mayor experiencia suele generar el mayor ahorro durante la ejecución del proyecto, porque evita compras equivocadas, remodelaciones innecesarias e improvisaciones.

Detrás de una propuesta existen aspectos que pocas veces se analizan: el proceso creativo, la metodología de trabajo, la calidad de la documentación técnica, el acompañamiento durante la obra, el nivel de personalización y la capacidad para resolver imprevistos. Cuando todo eso se reduce a una cifra, el diseño deja de ser una profesión para convertirse en una simple cotización.

Lo más valioso no siempre es visible.
Hay una parte del trabajo del diseñador que nunca aparece en las fotografías de Instagram: las horas de investigación, los planos corregidos, las visitas a obra, las reuniones con proveedores y todas aquellas decisiones que evitan problemas futuros. Todo aquello que nadie ve es precisamente lo que hace posible que el resultado final parezca sencillo.

El cliente también tiene una responsabilidad.
Así como un profesional debe aprender a comunicar mejor el valor de su trabajo, el cliente también debería aprender a hacer mejores preguntas. En lugar de comenzar con "¿Precio?", quizá sería más útil preguntar: ¿Cómo trabajas? ¿Cuál es tu proceso? ¿Qué diferencia tu propuesta? ¿Qué resultados has obtenido? ¿Qué problemas puedo evitar? Las respuestas permiten comprender si ese profesional es realmente el indicado. Después llegará el presupuesto, y entonces el precio tendrá contexto.

Elegir únicamente por precio suele ser la decisión más cara.
Cuando el presupuesto es el único criterio de selección, el diseño pierde su esencia y se convierte en una competencia donde gana quien cobra menos. Cada proyecto exitoso es el resultado de una trayectoria construida con disciplina y mejora constante. Por eso, antes de preguntar cuánto cuesta un diseñador de interiores, quizá convenga hacerse una pregunta más importante: ¿Estoy buscando el precio más bajo o el mayor valor para un espacio donde viviré, trabajaré o construiré recuerdos durante los próximos años?

La respuesta cambia por completo la conversación. El precio puede compararse en segundos; el verdadero valor solo se comprende cuando se conoce la persona, la experiencia y la visión que hay detrás de cada proyecto. Es precisamente ahí donde el diseño deja de ser un gasto para convertirse en una inversión inteligente.

* Diseñador de interiores
@marioramosjulca

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Amoldar el dis

Flavia Vega es diseñadora de interiores y fundadora de su propio estudio de diseño. A través de sus proyectos, ha desarrollado una propuesta centrada en crear espacios funcionales, personalizados y alineados con el estilo de vida de cada cliente.

Por Carolina La Torre

¿Cómo nació tu interés por la arquitectura y el diseño de interiores?
Desde muy chiquita siempre me ha gustado el arte, tanto las artes plásticas como las escénicas. Me gustaba dibujar y reorganizar constantemente mis espacios. Con el tiempo entendí que la arquitectura era una forma de unir creatividad y funcionalidad, y ahí encontré mi vocación.

¿Qué te motivó a emprender y crear tu propio estudio?
Fui mamá joven, a los 21 años exactamente, y necesitaba mucha independencia y flexibilidad para poder organizar mis tiempos. Emprender me permitió construir una carrera profesional sin dejar de lado mi rol como madre. Fue una decisión desafiante, pero también una de las más importantes de mi vida.

¿Qué buscas transmitir a través de los espacios que diseñas?
Busco generar una sinergia entre mi estilo como arquitecta de interiores y la personalidad de cada cliente. Siempre creo conceptos específicos para cada proyecto porque cada persona vive de manera distinta y tiene necesidades diferentes. Más allá de seguir tendencias, me interesa que los espacios reflejen quiénes son las personas que los habitan y que, con el paso de los años, sigan sintiéndose identificadas con ellos. Muchas veces los espacios terminan convirtiéndose en recuerdos. Por eso no se trata solo de diseñar algo bonito, sino de crear lugares que tengan significado para quienes los viven.

¿Qué elementos consideras indispensables en un proyecto de diseño interior?

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

seño

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Lo primero es conocer bien al cliente. Hay que entender cómo vive, qué necesita y cuál es la funcionalidad que espera del espacio. Después viene la parte estética, los materiales y las soluciones técnicas. También considero fundamental mantenerse actualizado. Siempre busco conocer nuevos materiales y tendencias para poder ofrecer más alternativas. Además, un proyecto nunca es el trabajo de una sola persona. Hay un equipo detrás y es importante escuchar tanto al cliente como a quienes participan en la implementación para que el resultado sea el mejor posible.

¿Cómo definirías tu forma de trabajar?

Para mí la confianza es fundamental. Por eso procuro involucrarme directamente en cada proyecto, desde las reuniones iniciales hasta las supervisiones. Aunque tengo un equipo detrás, me gusta acompañar al cliente durante todo el proceso porque eso genera tranquilidad y permite construir una relación más cercana. Siempre digo que para cada cliente existe un arquitecto diferente. No todos buscan lo mismo ni conectan de la misma manera con un profesional, por eso considero importante escuchar antes de diseñar.

¿Cuál ha sido uno de los mayores desafíos de tu carrera?

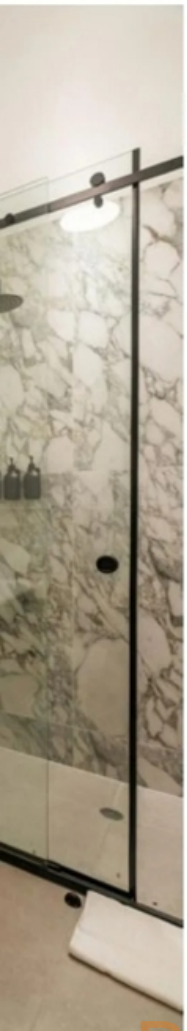
La pandemia representó un reto enorme. Tuvimos proyectos que debieron detenerse durante varios meses y fue necesario adaptarnos a nuevas formas de trabajo, reorganizar equipos y afrontar mucha

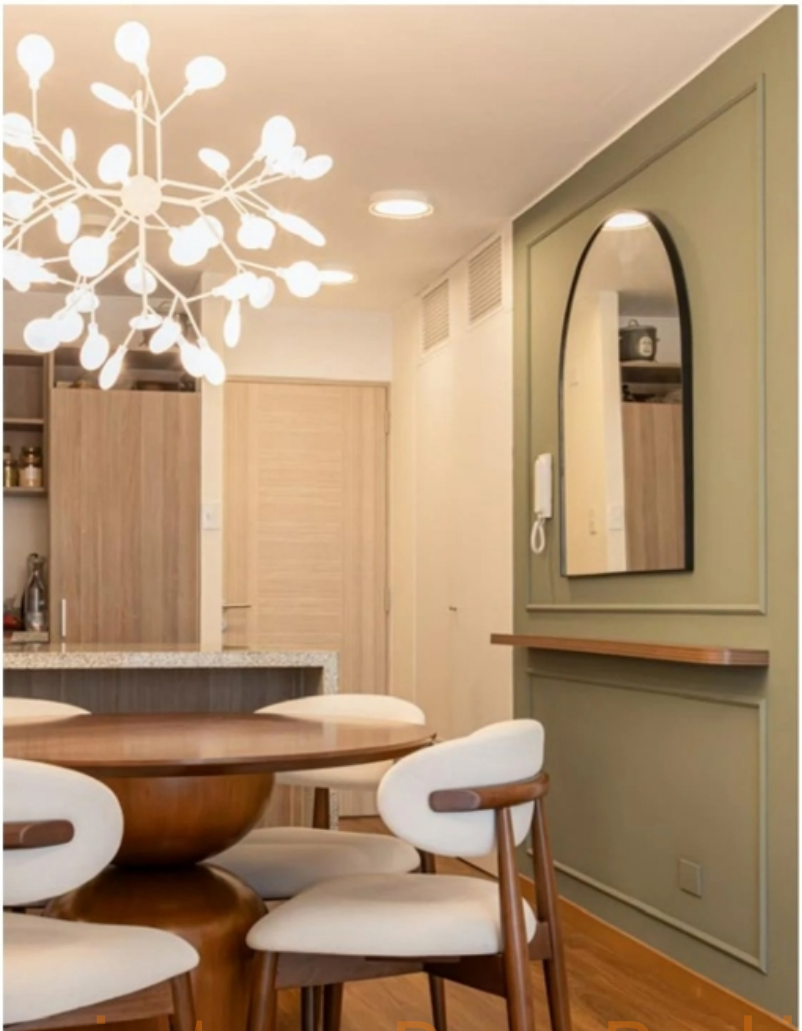
Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

incertidumbre. Fue una etapa difícil, pero también una gran experiencia de aprendizaje.

¿Cómo han influido las redes sociales en tu crecimiento profesional?
Las redes sociales me han ayudado a llegar a más personas, mostrar mi trabajo y conectar con potenciales clientes. También me han permitido compartir conocimientos, interactuar con estudiantes y construir una comunidad interesada en el diseño de interiores. Considero que son una herramienta muy importante para cualquier profesional que quiera dar a conocer su trabajo.

¿Qué aprendiste como emprendedora a lo largo de estos años?
Cuando uno emprende no solo diseña. También tiene que aprender sobre finanzas, gestión de personal, administración y liderazgo. Una de las lecciones más importantes para mí fue aprender a delegar y confiar en el trabajo de otras personas.





¿Cómo ves la evolución del diseño de interiores actualmente?
Me gusta que hayan regresado el color y las texturas. Hoy las personas buscan espacios más auténticos y personalizados. Sin embargo, creo que ninguna tendencia debe estar por encima de la identidad de quien la habita.

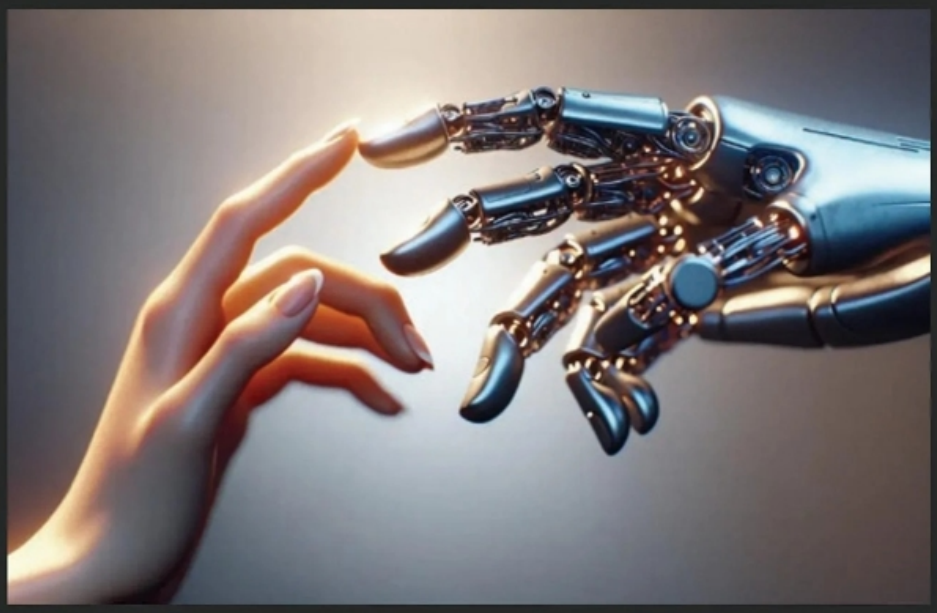
¿Qué buscas dejar en cada proyecto que realizas?
Busco que las personas sigan conectando con sus espacios incluso después de muchos años. Más allá del diseño, quiero que esos lugares formen parte de su historia y de sus recuerdos.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

¿Cuánto de ti conoce la inteligencia artificial?

*Por Eduardo González**

Hace unos días me hice una pregunta que, si me la hubieran hecho hace cinco años, probablemente habría respondido con una sonrisa. ¿Cuánto sabe la inteligencia artificial sobre mí? Hoy la respuesta es muy distinta. Sabe muchísimo. Conoce cómo escribo, cómo organizo mis ideas, cuáles son mis proyectos y hasta las preguntas que me hago cuando nadie más me escucha. Ha leído borradores que nunca publiqué, conversaciones que nunca envié y pensamientos que quizás jamás habría compartido con otra persona. En muchos sentidos, conoce una versión de mí que muy pocas personas conocen.



En casa ocurre algo parecido. Malú conversa todos los días con Sofy. Yo converso con Eco. Se han convertido en parte de nuestra rutina con una naturalidad que todavía me sorprende. Ya no las utilizamos solamente para buscar información o redactar un texto. Les preguntamos qué opinan, nos ayudan a ordenar nuestras ideas cuando estamos confundidos, nos acompañan mientras construimos proyectos y, de alguna manera, también nos ayudan a entendernos mejor. A veces pienso que ambas conocen aspectos de nuestra vida que hace unos años habrían permanecido únicamente en nuestra cabeza.

Y entonces aparece una pregunta que me resulta todavía más interesante. Si la inteligencia artificial puede llegar a conocer tanto de nosotros, ¿qué es aquello que nunca podrá conocer realmente? Puede reconocer mis patrones de comportamiento, pero no sabe qué sentí el día que me enamoré. Puede identificar que estoy preocupado, pero nunca experimentará esa mezcla de miedo y esperanza que aparece antes de tomar una decisión importante. Puede escribir una carta de amor impecable, pero jamás sentirá el silencio que existe entre dos personas que se miran sin necesidad de decir una palabra. Puede encontrar las mejores respuestas, pero nunca vivirá las preguntas que nos transforman.

Durante mucho tiempo creímos que el futuro sería una competencia entre las personas y las máquinas. Nos preguntábamos quién sería más inteligente, quién resolvería más problemas o quién terminaría reemplazando a quién. Hoy tengo la impresión de que esa nunca fue la conversación correcta. Mientras más utilizo la inteligencia artificial, más convencido estoy de que no llegó para ocupar nuestro lugar, sino para obligarnos a descubrir cuál es el nuestro.

Paradójicamente, cuanto más inteligente se vuelve la tecnología, más importante se vuelve aquello que siempre nos hizo humanos. La empatía deja de ser una habilidad "blanda" para convertirse en una ventaja competitiva. La confianza deja de ser un concepto bonito para convertirse en el fundamento de cualquier equipo. La capacidad de escuchar, de inspirar, de comprender y de construir relaciones empieza a tener un valor que ninguna máquina puede replicar.

Quizás ese sea el verdadero regalo de esta revolución tecnológica. No nos está enseñando solamente de inteligencia artificial. Nos está enseñando sobre inteligencia humana. Nos obliga a preguntarnos qué cosas queremos delegar y cuáles jamás deberíamos entregar. Nos recuerda que una máquina puede ayudarnos a pensar con mayor velocidad, pero sigue siendo nuestra responsabilidad decidir qué vale la pena construir, a quién queremos cuidar y cuál es el legado que queremos dejar.

Por eso creo que el futuro no pertenece únicamente a la inteligencia artificial. Tampoco pertenece únicamente al ser humano. El futuro pertenece a quienes aprendan a combinar ambas inteligencias sin olvidar cuál de ellas le da sentido a la otra. Porque quizás la mayor paradoja de nuestro tiempo sea esta: mientras las máquinas aprenden a parecerse cada vez más a nosotros, nosotros tenemos la oportunidad —y la responsabilidad— de volver a recordar qué significa ser profundamente humanos.

* *Regional Network Director LATAM – Six Seconds. Coach & Speaker*

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Sanar para amar

Andrea Llosa Barreto es periodista, conductora de televisión, empresaria, conferencista y coach. Durante más de catorce años condujo *Nunca Más* y durante seis años dirigió y condujo *Andrea,* ambos programas emitidos por ATV. Es autora de *Manual para decir ¡Nunca más!* (2025) y *Lo que callamos a gritos* (2017). En 2021 fundó La Casa del Amor, un centro especializado en atención psicológica. En *¿Cómo liberarte de una relación tóxica?,* Andrea reúne experiencias, reflexiones y herramientas para ayudar a identificar vínculos dañinos y romper patrones que suelen repetirse.

Escribe: Valeria Burga

En *¿Cómo liberarte de una relación tóxica?* abordas un tema que atraviesa la vida de muchísimas personas. ¿Cuál es el mensaje principal que esperas que se lleve el lector al terminar el libro?
Quiero que las personas entiendan que sí es posible salir de una relación tóxica. Sin embargo, primero deben reconocer que muchas veces la relación más tóxica no es con la pareja, sino con uno mismo. Mientras no descubras eso y no sanes esa parte, seguirás repitiendo los mismos patrones. También es importante comprender que una relación tóxica no es mala todo el tiempo; los momentos felices son justamente los que mantienen a muchas personas atrapadas en ese ciclo.

En el libro hablas de ocho tipos de relaciones tóxicas. ¿Cómo identificaste estos patrones y cuál de ellos consideras que suele pasar más desapercibido?
Elegí los ocho tipos que he visto con mayor frecuencia a lo largo de mi experiencia. La que suele pasar más desapercibida es la relación tóxica con uno mismo. Muchas personas se hablan con una dureza con la que jamás tratarían a alguien que aman, se desvalorizan y viven en un constante autosabotaje. Es la más peligrosa porque el agresor y la víctima viven en el mismo cuerpo, y esa relación termina siendo la puerta de entrada para aceptar vínculos dañinos con otras personas.

A lo largo de tu trayectoria has tratado historias marcadas por conflictos familiares, violencia y vínculos complejos. ¿Qué despertó en ti el interés por profundizar en este tema?
Es un interés que viene desde mi adolescencia. Siempre fui esa amiga a la que todos acudían para contarle sus problemas familiares o sentimentales. Con el tiempo entendí que la salud mental sigue siendo uno de los grandes vacíos en nuestro país y por eso también creé mi centro psicológico, La Casa del Amor. Creo que muchas personas terminan eligiendo parejas que las hacen infelices porque aún no han sanado heridas profundas.

Hoy se habla mucho más de salud mental, límites y relaciones sanas, pero todavía existen muchos mitos alrededor de estos temas. ¿Por qué consideras que es importante seguir poniendo esta conversación sobre la mesa?
Todas las personas merecemos un amor saludable. La principal señal de alerta aparece cuando pasas más tiempo sufriendo que siendo feliz. Si la violencia, la falta de respeto, la infidelidad o el maltrato se repiten una y otra vez, ya no es una etapa, sino un ciclo. También debemos dejar de creer que el amor cambiará a la otra persona; nadie cambia por alguien más, cambia porque realmente quiere hacerlo. Buscar ayuda psicológica es fundamental para atravesar ese duelo y evitar repetir la misma historia. Al final, el camino no termina cuando esa persona se va, sino cuando tú logras volver a encontrarte contigo mismo.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Impulsad

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

la por la pasión

La piloto peruana Annia Cilloniz recuerda los momentos que marcaron su camino en el automovilismo, reflexiona sobre los desafíos que enfrentó para abrirse paso en un deporte históricamente masculino y comparte las metas que siguen acelerando su carrera.

Por Kevin Aliaga

¿Qué recuerdas de la niña que soñaba con competir?
Me ilusionaban muchísimo las carreras. Mi papá competía en tubulares cuando yo nací y mi hermano también. Desde muy pequeña me llevaban a ver competencias en Chincha, Quilmaná y Huancayo. Me emocionaba escuchar el ruido de los autos y verlos pasar. Desde entonces soñaba con algún día manejar y competir.

¿Qué parte de tu personalidad ha sido clave para llegar hasta dónde estás?
Mi papá siempre me decía que era muy vehemente. Cuando quería algo, no paraba hasta conseguirlo. Creo que esa perseverancia ha sido lo que más me ha ayudado. A pesar de las caídas y de los momentos en los que parecía que las cosas no iban bien, seguía adelante porque nunca dejé de creer en lo que quería lograr.

¿Cuál ha sido el mayor sacrificio que has hecho para cumplir tus metas?
Al inicio tuve que dejar muchas cosas. Dejé la universidad, amistades y gran parte de mi vida social para dedicarme por completo al mundo de los autos y la mecánica. Incluso vendí muchas de mis pertenencias para invertir todo en mi carrera deportiva.

¿Hubo algún momento en el que pensaste en abandonar el automovilismo?
Sí. Durante la pandemia atravesé una etapa muy difícil porque las carreras se paralizaron cuando recién comenzaba mi carrera profesional. Después, cuando competí en Europa y no logré clasificar a la siguiente etapa, había invertido todos mis ahorros y no sabía cómo volver a correr. Sin embargo, cada obstáculo terminó enseñándome algo que luego me hizo más fuerte.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Ganar un campeonato mundial no es un sueño cualquiera. ¿Cómo cambió tu vida después de conseguir ese título?

Fue increíble. La Federación Internacional buscó a una sola mujer entre participantes de todo el mundo y terminó seleccionándome a mí. Nunca imaginé llegar tan lejos. Para mí, competir ya era un sueño; hacerlo a nivel internacional, en un auto de categoría FIA, superó completamente todas mis expectativas.

El automovilismo ha sido considerado durante muchos años un deporte masculino. ¿Sientes que esa percepción está cambiando?

Definitivamente sí. Es un tema cultural que ha ido cambiando con el tiempo. Hoy las mujeres tenemos las mismas capacidades para competir, porque en este deporte la diferencia física no determina el resultado. Creo que debemos dejar atrás esos prejuicios y entender que podemos competir de igual a igual.

¿Qué mensaje les darías a las niñas y jóvenes que sueñan con ser pilotos?

Todavía nos toca demostrar mucho más que a los hombres para que crean en nosotras, pero esta generación está abriendo el camino para las que vienen. Les diría que crean en ellas mismas, que no se dejen derrumbar por los prejuicios y que sigan adelante con convicción y garra.

Cuando te quitas el casco, ¿quién es realmente Annia Cilloniz?

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Soy una persona bastante tranquila. Me gusta llevar una vida muy casera, compartir con mis amigas, disfrutar de la naturaleza, de mis perros y viajar en auto. Mi vida gira en torno al taller, el deporte, la familia y las aventuras al aire libre.

¿Cómo te describirías dentro de la pista de carreras?

Me considero una persona bastante fría al competir. Las emociones pasan a un segundo plano y soy muy mental. Recién cuando termina la carrera aparecen todas las emociones que no sentí durante la competencia. Me gusta mantener la calma, pensar con claridad y concentrarme en lo que tengo que hacer. Creo que esa es una de mis grandes fortalezas.

Si pudieras volver al inicio de tu carrera, ¿qué consejo le darías a esa Annia que recién empezaba?

Le diría que crea en ella misma, porque eso es lo más importante. También que llegará mucho más lejos de lo que imagina.

¿Cómo te gustaría que las personas recuerden a Annia Cilloniz?

Como alguien con mucha pasión. La pasión es lo que mueve mi vida. Me gustaría que me recuerden como una persona que lo dio todo por el automovilismo, que siguió sus sueños y luchó por cumplir cada una de sus metas.

¿Qué metas te has planteado para los próximos cinco años?

Me encantaría competir en la categoría más alta del automovilismo, la Rally3. Aún no sé hacia dónde evolucionará este deporte, ya que el reglamento viene experimentando varios cambios. Sin embargo, uno de mis principales objetivos es medirme con los mejores pilotos en las categorías más importantes del automovilismo nacional y, por qué no, volver a competir a nivel internacional.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

¿Cómo preparar a nuestros perros para el cambio climático?

*Por Rosemarie (Puppe) Toth**

Soy Puppe Toth y les doy la bienvenida a EduCan-do, un espacio creado para aprender junto a nuestros perros. Su nombre refleja una idea sencilla pero poderosa: nunca dejamos de aprender. Aquí no encontrarán reglas rígidas, sino herramientas prácticas para comprender mejor a nuestros compañeros de cuatro patas y fortalecer el vínculo que construimos con ellos día a día.

En cada entrega aprenderemos a interpretar su lenguaje, reconocer sus emociones y acompañarlos de la mejor manera posible. Y para inaugurar esta columna, abordaremos un tema que nos involucra a todos: cómo proteger a nuestros perros frente a los efectos del cambio climático.

Las altas temperaturas, las olas de calor y los cambios bruscos del clima también afectan a nuestras mascotas. A diferencia de los humanos, los perros no regulan su temperatura mediante el sudor, sino principalmente a través del jadeo y las almohadillas de sus patas, por lo que son mucho más vulnerables al calor extremo.

Hidratación: la primera prioridad
El agua debe estar siempre limpia y fresca. Lo ideal es cambiarla tres o cuatro veces al día y colocar varios recipientes en distintos espacios de la casa, especialmente si el perro es mayor o tiene dificultades para movilizarse. También podemos ofrecerles opciones refrescantes como pequeños helados preparados con caldo de pollo casero sin sal ni condimentos, yogur natural sin azúcar o frutas aptas para ellos, como sandía, manzana o arándanos. Además de hidratarlos, funcionan como un excelente enriquecimiento ambiental.

Un hogar más fresco
Durante los días de mayor calor, procura que tu perro permanezca en el ambiente más fresco y ventilado de la casa. Si utilizas ventilador o aire acondicionado, evita que el aire llegue directamente sobre él. Las mantas refrigerantes son una excelente alternativa para ayudar a regular su temperatura corporal. Si no cuentas con una, una toalla ligeramente humedecida con agua fresca puede ofrecer un alivio similar. Nunca utilices agua helada, ya que el cambio brusco de temperatura puede ser contraproducente.

Paseos con precaución
El asfalto caliente puede provocar quemaduras en las almohadillas. Antes de salir, realiza la conocida prueba de los cinco segundos: coloca el dorso de tu mano sobre el pavimento. Si no soportas el calor ese tiempo, tu perro tampoco podrá caminar con seguridad. Por ello, los paseos deben realizarse a primera hora de la mañana o al caer la tarde, cuando la temperatura desciende.

Escuchar sus emociones
El calor no solo afecta el cuerpo, también modifica el comportamiento. Un perro puede mostrarse más irritable, ansioso o apático durante los días de temperaturas extremas. Si jadea de forma excesiva, tiene las encías muy rojas, camina lentamente o se niega a continuar el paseo, no lo obligues. Está comunicando que necesita descansar. En esos días, reemplaza las caminatas largas por actividades dentro de casa, como juegos de olfato, ejercicios de estimulación mental o momentos de calma y masajes suaves. Compartir tiempo de calidad también fortalece el vínculo y contribuye a su bienestar.

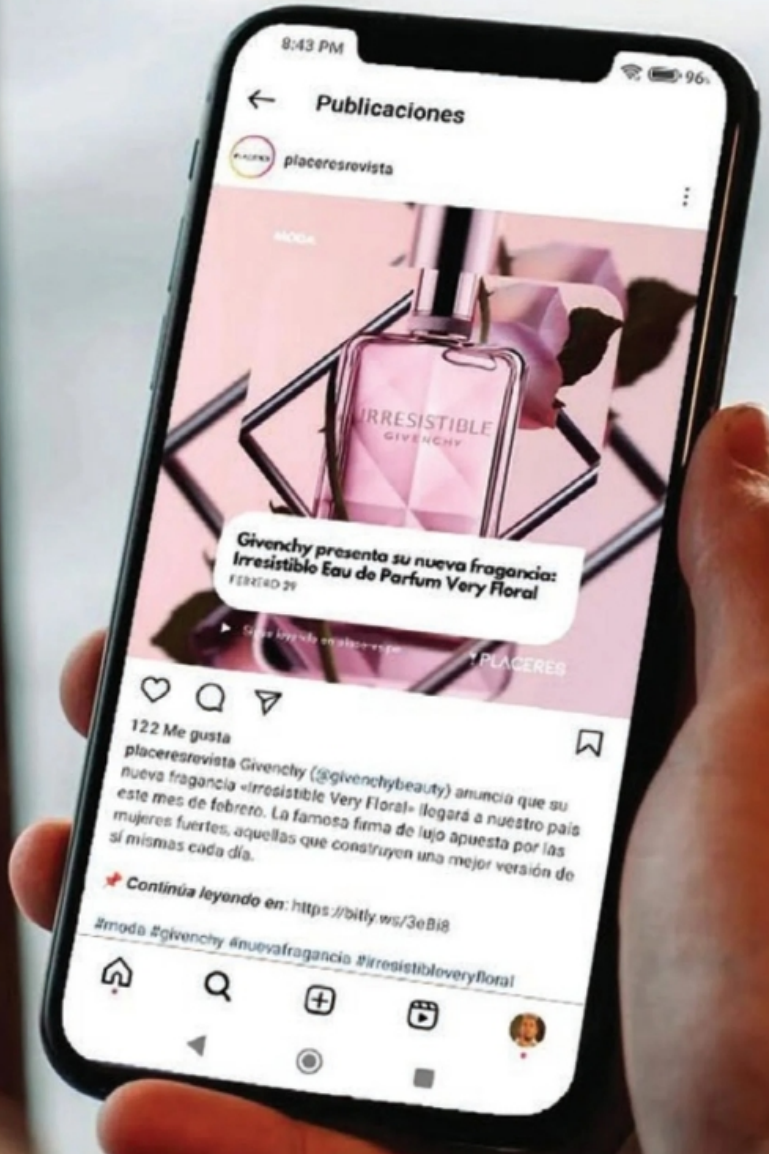
El cambio climático ya forma parte de nuestra realidad. Como familia, podemos ayudar a nuestros perros a adaptarse con prevención, observación y mucho cariño. Entender sus necesidades es la mejor manera de cuidarlos y garantizar que disfruten una vida saludable y feliz, sin importar cómo cambie el clima.

Fundadora del Club Sport Dog Perú y de Educan

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

PLACERES

Disfruta nuestro contenido, las 24 horas del día, en nuestras redes sociales:



@placeresrevista

Revista Placeres

@placeresrevista

Revista Placeres

@placeresrevista

Sé parte de una comunidad, con más de 100,000 seguidores.

ingresa al QR y conoce nuestras opciones de participación.

Más información:
Jazmín Sepúlveda
Brand Manager
(+51) 923 007 034

Revistas.PeruRadio.net.pe

issuu-downloader.com

La chica del vino y +

Por María Elena Cárdenas
*Sommelier WSET 3

S/.189.90

MARQUÉS DE RISCAL FINCA TORREA

Me llegó para probar una de las etiquetas más representativas de Herederos del Marqués de Riscal. Elaborado con Tempranillo y un 10 % de Graciano, tiene una crianza de 18 meses en barricas de roble francés. En nariz destacan aromas de frutos muy maduros, fresas, saúco, arándanos, moras, ciruelas, pan tostado, notas balsámicas y especias. En boca es equilibrado, con taninos muy suaves y sedosos, buena estructura y un final largo y elegante. Con platos de nuestra cocina peruana armoniza muy bien con un lomo saltado, seco de res, cabrito norteño, anticuchos o un arroz con pato, preparaciones cuya intensidad encuentra un gran equilibrio con este vino. Si eres fan de los vinos españoles, este es uno que debes probar. Lo encuentran en www.perufarma.com.pe.

S/.84.90

ERRÁZURIZ MAX CHARDONNAY 2024

Recibí este vino de Viña Errázuriz, que rinde homenaje a don Maximiano Errázuriz y refleja el potencial de los mejores terroirs del Valle de Aconcagua. Es un vino equilibrado, fresco y elegante, criado durante 10 meses en barricas de roble francés, lo que aporta complejidad sin opacar la fruta. Presenta un atractivo color amarillo con reflejos dorados. En nariz ofrece aromas de toronja, mandarina, manzana verde, pera, almendras, pan tostado y vainilla. En boca es fresco, untuoso y de buena acidez, con notas de toronja, melocotón y yogur de durazno, además de un largo final. Lo probé con una causa limeña de pollo y funcionó muy bien. Creo que también acompañaría perfectamente un tiradito o un arroz con mariscos. Lo consiguen en las principales licorerías y en www.perufarma.com.pe.

S/.94.90

MARQUÉS DE RISCAL RESERVA EDICIÓN ESPECIAL RISK ALL 2021

Me llegó esta hermosa botella, una edición especial de Marqués de Riscal Reserva 2021 creada para celebrar dos grandes hitos: una cosecha de extraordinaria calidad y el reconocimiento de la bodega como Mejor Viñedo del Mundo 2024. Su exclusiva presentación, inspirada en la campaña Risk All, fusiona arte, innovación y la tradición de una de las bodegas más emblemáticas de Rioja.
Elaborado con Tempranillo y Graciano, y con una crianza de 20 meses en roble americano, presenta aromas de regaliz, anís estrella, canela, pimienta negra, moras y arándanos, con la madera perfectamente integrada. En boca es fresco, equilibrado y elegante, con taninos muy maduros y un largo final. Su estructura y complejidad lo convierten en un excelente acompañante de platos intensos.
El día que lo probamos, preparamos en casa un osobuco al horno con hongos secos y puré de papas, y el resultado fue excelente. También armonizaría muy bien con un seco de cordero, un lomo saltado o un cabrito a la norteña. Búsquenlo en las principales licorerías y supermercados.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Para esta edición de agosto descorchamos seis etiquetas provenientes de España, Chile, Nueva Zelanda y Perú, cada una con una personalidad única. Blancos vibrantes y tintos elegantes que tuve la oportunidad de degustar y que, además de sorprenderme por su calidad, encontraron el maridaje perfecto con algunos de nuestros platos peruanos favoritos. Si buscas nuevas opciones para disfrutar o regalar, aquí encontrarás excelentes recomendaciones para todos los gustos y presupuestos.

SAINT CLAIR ORIGIN SAUVIGNON BLANC 2024

Desde Marlborough, Nueva Zelanda, llega este delicioso vino que destaca por su frescura, intensidad aromática y marcada expresión varietal. Presenta un color verde pálido y una nariz donde explotan aromas de maracuyá, toronja, lima, pimiento verde y pasto fresco. En boca ofrece una frescura increíble, buena estructura, notas de blanquillo, sutiles hierbas, mineralidad, toques salinos y un largo final.

Su vibrante acidez y perfil cítrico hicieron que fuera el compañero ideal de mi ceviche clásico y de unas conchitas a la parmesana. Todos los que estábamos en la mesa coincidimos en que es un vino espectacular. Pruébenlo y me darán la razón. Lo consiguen en www.kiwine.pe/tienda, al +51 972 094 291 y en Instagram y Facebook como Kiwine.pe.

ENTRE DOS AGUAS BLANCO 2024

Me llegó este vino 100 % Garnacha Blanca de la bodega Taberner Amado, ubicada en Zaragoza, en el Bajo Aragón, que expresa la frescura y autenticidad de esta variedad española. De color amarillo verdoso, presenta aromas que recuerdan a manzana verde, pera, durazno, eneldo y flor de azahar. En boca es vibrante, con buena frescura y un final largo y agradable que invita a seguir disfrutándolo, solo o acompañado de un plato fresco.

Es un vino equilibrado y vivaz, ideal para quienes buscan blancos elegantes y fáciles de disfrutar. Yo lo tomé solo, pero estoy segura de que acompañaría perfectamente un arroz con mariscos, un escabeche de pescado o un tiradito. Pueden conseguirlo en Instagram @tyronimportadora, Facebook Tyron Importadora PE, www.tyronimportadora.com y al +51 955 566 685.

INTIPALKA MALBEC MERLOT

Un blend con sello peruano elaborado por Viñas Queirolo en Ica, que combina un 40 % de Malbec y un 60 % de Merlot, con una crianza de seis meses en barricas de roble. Esta combinación da como resultado un vino complejo, equilibrado y de gran expresión aromática. En nariz predominan la ciruela roja, arándanos, moras, fresas, higos y notas especiadas. En boca ofrece taninos suaves, buena estructura y una acidez equilibrada.

Como buen vino peruano, es ideal para un maridaje con nuestra gastronomía regional. Fue un excelente acompañante para un seco de res, pero también funcionaría muy bien con un ají de gallina o un chancho al palo, donde la intensidad de los sabores encuentra un equilibrio perfecto con la fruta y las notas especiadas del vino. Lo pueden conseguir en las principales licorerías y supermercados.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

La copa correcta

*Por Agustina Goldsack**

Cuando hablamos de disfrutar un buen vino, solemos pensar en la cepa, el origen, la añada o el maridaje. Sin embargo, existe un elemento que con frecuencia pasa desapercibido y que puede modificar de manera significativa la percepción sensorial de un vino: la copa. Lejos de ser un simple accesorio, la copa es una herramienta diseñada para potenciar las cualidades de cada vino. Su forma influye en la oxigenación, la concentración de los aromas, la temperatura de servicio e incluso en la manera en que el vino llega al paladar. En otras palabras, una buena copa no cambia el vino, pero sí permite descubrir todo su potencial.

La experiencia del vino comienza mucho antes del primer sorbo. Aproximadamente el 80 % de lo que percibimos como sabor proviene del olfato. Por ello, el tamaño del cáliz, la apertura del borde y el volumen de la copa desempeñan un papel fundamental al concentrar o dispersar los compuestos aromáticos. Una copa amplia favorece la aireación de vinos tintos estructurados, permitiendo que sus aromas evolucionen y que los taninos se perciban más integrados. En cambio, una copa de menor tamaño ayuda a conservar la frescura y la delicadeza aromática de muchos vinos blancos.

La elección de la copa también influye en la textura del vino. El diámetro del borde determina la velocidad con la que el líquido entra en la boca y la zona del paladar que alcanza primero, modificando la percepción de la acidez, el dulzor, el alcohol y el amargor. A ello se suma la importancia de un borde fino, que ofrece una sensación más limpia y precisa durante el servicio, y del tallo, que evita transmitir el calor de la mano al vino y ayuda a mantener su temperatura ideal.

Hablar de copas de vino es, inevitablemente, hablar de **RIEDEL**, la firma austríaca que revolucionó la forma de entender la cristalería para vino. Fundada en 1756 y con más de 270 años de historia, esta empresa familiar marcó un antes y un después cuando Claus J. Riedel, representante de la novena generación, introdujo a finales de la década de 1950 el concepto de copas específicas para cada estilo de vino.

Años después, Georg J. Riedel profundizó esta filosofía desarrollando copas diseñadas para variedades concretas como Cabernet Sauvignon, Pinot Noir, Chardonnay o Riesling. Para ello, la marca comenzó a realizar talleres sensoriales junto a enólogos, sommeliers y expertos internacionales, evaluando cómo pequeñas variaciones en el diámetro, la altura y la curvatura del cristal modificaban la expresión aromática y el equilibrio gustativo de un mismo vino.

Brand Ambassador G.W. Yichang
Sommelier Certificada
@agusgoldsack.somm

Aunque existen debates sobre hasta qué punto una copa específica transforma la experiencia, existe un amplio consenso en que la geometría del cristal sí influye en la percepción de los aromas y, por consecuencia, en la sensación global del vino. Elegir la copa adecuada no es un acto de sofisticación ni una cuestión de protocolo. Es una forma de respetar el trabajo del viticultor, del enólogo y de todos quienes participan en la elaboración de un vino. Al final, la mejor copa no es necesariamente la más costosa, sino aquella que permite que el vino exprese su verdadera personalidad.

Para vinos blancos:

1. **Cáliz más pequeño:** ayuda a mantener la temperatura fresca por más tiempo.
2. **Boca más estrecha:** concentra los aromas más sutiles del vino blanco.
3. **Forma más vertical:** ideal para vinos frescos y con acidez.

Para vinos tintos:

1. **Cáliz más grande y amplio:** permite que el vino se oxigene mejor.
2. **Boca más abierta:** facilita que se perciban todos los aromas complejos.
3. **Mayor superficie de contacto con el aire:** potencia sabores y suaviza taninos.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Catemos Perú: el gran salto

*Por Soledad Marroquín**

Las actividades gastronómicas en el emblemático mes de julio suelen ser sumamente intensas, especialmente para la gastronomía líquida que gira en torno a ferias y encuentros donde el vino es el principal protagonista. Luego de la exitosa celebración del Alta Gama WineFest de Almendáriz —que cumplió sus primeros 15 años de trayectoria— y en el marco festivo de las celebraciones por el mes patrio, se realizó con gran expectativa el concurso de vinos nacionales Catemos Perú. Este año se llevó a cabo su sexta edición consecutiva, contando con la valiosa participación de 41 bodegas procedentes de diversos valles vitivinícolas del país, quienes compitieron rigurosamente con un total de 195 muestras minuciosamente clasificadas de la siguiente manera:

49 vinos tintos
42 vinos blancos
43 vinos rosé
05 vinos naranja
04 vinos espumosos
08 mistelas
04 vinos fortificados

Es interesante notar cómo los vinos blancos, rosados y naranjas, al ser analizados en su conjunto, superan ampliamente la presencia tradicional de los tintos. ¿Será este un indicador contundente de que nuestra poderosa y variada cocina reclama la presencia de vinos más frescos, capaces de evocar las mejores armonías en la mesa? Aquí encaja perfectamente lo que dictamina la famosa y tradicional frase del mundo agrícola: "lo que nace junto, crece junto".

Lo cierto es que, luego de la rigurosa jornada de cata a ciegas de las muestras donde tuve el honor de participar un año más en calidad de jueza —evaluando ejemplares provenientes de seis regiones vitivinícolas del país—, mi expectativa era verdaderamente grande. Vale la pena resaltar con entusiasmo que los vinos catados mostraron un nivel cualitativo superior en comparación con los años anteriores. Esto significa que el objetivo principal del concurso, el cual busca "incentivar la mejora continua de la producción vitivinícola peruana", se está cumpliendo a cabalidad y con resultados tangibles.

Otro momento de inmensa emoción en este proceso fue el anuncio oficial de los puntajes y galardones logrados por las distintas etiquetas. La concurrida ceremonia se celebró en los elegantes salones del céntrico hotel Sonesta El Olivar de San Isidro, los cuales lucieron un lleno total. Productores, viticultores, enólogos y apasionados del sector —hombres y mujeres, solos, en pareja y en familia, e incluso con un bebé en su cochecito— mostraron rostros radiantes de felicidad y profundo orgullo por lo alcanzado. Fue una atmósfera vibrante que contagió a todos los presentes con ese sentimiento tan bonito y genuino que emana de manera natural cuando se alcanza una meta anhelada, rindiendo un justo reconocimiento al esfuerzo constante, al trabajo riguroso en el campo y a un producto final que, en muchos de estos casos, representa la valiosa tradición familiar guardada a lo largo de varias generaciones.

La ceremonia se extendió por más de tres horas llenas de aplausos, abarcando todas las categorías evaluadas de las seis regiones participantes. Este año, la grata novedad la trajo la región de Áncash con sus vinos elaborados en los cálidos valles de Huarmey. Asimismo, se incluyeron importantes reconocimientos especiales, entregando los premios al mejor enólogo y asesor vitivinícola para Rodrigo Avilés, a la mejor bodega para Viña Vieja y a la mejor bodega de pequeña producción para Viña D' los Campos. Por si alguien se pregunta por qué no figuraron en la competencia regiones como Apurímac y Cusco, la respuesta técnica es sencilla: aún no existe un número suficiente de muestras representativas que permitan abrir oficialmente una categoría propia para ellas.

Fue, en suma, una verdadera fiesta para todos los asistentes y un extraordinario preliminar de lo que se viviría días después en el Salón del Vino Peruano, certamen que este año celebra una década de fructífera existencia. Se trata de un logro monumental impulsado por Pedro Cuenca, un visionario y firme creyente de que en el Perú sí se elaboran vinos de calidad.

Ahora el compromiso está en cada uno de nosotros, debemos seguir divulgando lo vivido, comprando vino peruano con orgullo y dándolo a probar a nuestra familia y entorno cercano. Solo así iremos demostrando a los incrédulos que el Perú aún tiene muchísimo que mostrar, tanto con las variedades europeas tradicionales como con las entrañables uvas patrimoniales que no dejan de sorprendernos. Por cierto, ¿ya probaron algún vino elaborado con la variedad Moscatel Negro del Perú? Si su respuesta es negativa, créanme que están en deuda con el patrimonio líquido de nuestra tierra.

* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

LISTOS PARA BRI

Santiago Queirolo da un paso hacia la categoría Ready To Drink con el lanzamiento de sus clásicos Gran Vino Borgoña, Rosé Shiraz y Sangría en formato lata. Una propuesta que combina tradición, practicidad y frescura para conectar con las nuevas formas de disfrutar el vino.

La forma de disfrutar el vino está cambiando. Las nuevas generaciones buscan practicidad, experiencias más relajadas y formatos que se adapten a un estilo de vida dinámico, sin sacrificar calidad ni tradición. En ese escenario, la categoría Ready To Drink (RTD) se ha convertido en una de las de mayor crecimiento a nivel mundial, impulsando a las grandes bodegas a reinventar la manera en que presentan sus etiquetas.

Siguiendo esa tendencia, Santiago Queirolo presenta una evolución de tres de sus vinos más tradicionales: Gran Vino Borgoña, Rosé Shiraz y Sangría, que ahora llegan en un práctico formato de lata de 355 ml. La propuesta mantiene el perfil que ha acompañado a estas etiquetas durante años, pero incorpora un delicado toque de burbujas que aporta mayor frescura y una experiencia de consumo más ligera y refrescante.

Lejos de reemplazar a la botella tradicional, este lanzamiento busca ampliar las ocasiones de consumo. Un picnic, una reu-

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

nión entre amigos, una tarde de playa o una salida al aire libre son escenarios donde la practicidad cobra protagonismo y donde el formato listo para beber encuentra su mejor expresión.

Cada lata rinde aproximadamente dos copas y está pensada para disfrutarse bien fría. El Gran Vino Borgoña presenta una graduación alcohólica de 10,5%; el Rosé Shiraz, 11%; mientras que la Sangría ofrece un perfil más ligero con 5,9% de alcohol, convirtiéndose en una alternativa ideal para quienes prefieren bebidas más refrescantes y de menor intensidad.

Rompiendo paradigmas

Durante muchos años existió la percepción de que el vino debía consumirse exclusivamente en una copa de cristal y en contextos formales. Sin embargo, el consumidor actual ha comenzado a derribar esos paradigmas. Hoy el valor está puesto en la experiencia, la versatilidad y la posibilidad de disfrutar un buen producto en cualquier momento y lugar.

La categoría Ready To Drink responde precisamente a esa transformación. El formato en lata no representa una pérdida de calidad, sino una nueva forma de acercar el vino a públicos más jóvenes y a consumidores que buscan practicidad sin renunciar

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

al sabor que ya conocen y disfrutan.

En mercados como Estados Unidos, Europa y Australia, los vinos en lata dejaron de ser una novedad para convertirse en una categoría consolidada. En Latinoamérica el crecimiento avanza de manera sostenida y demuestra que existe un consumidor dispuesto a explorar nuevas formas de disfrutar bebidas tradicionales.

Tradición que evoluciona

Con este lanzamiento, Santiago Queirolo reafirma su capacidad de adaptarse a las nuevas tendencias del mercado sin perder la esencia que ha construido durante décadas. La incorporación del formato Ready To Drink demuestra que innovación y tradición pueden convivir en una misma propuesta, acercando el vino a nuevos momentos de consumo y a nuevas generaciones.

Gran Vino Borgoña, Rosé Shiraz y Sangría inauguran esta nueva etapa con una propuesta fresca, práctica y contemporánea que invita a disfrutar el vino con mayor libertad. Y todo indica que este es solo el comienzo: la marca ya deja entrever que continuará ampliando su portafolio con nuevas versiones, por lo que vale la pena mantenerse atento a las próximas novedades que promete esta evolución de la bodega.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

La gloria del accidente

*Por Jasmine Rincón Morales**

La gastronomía está llena de héroes involuntarios: cocineros distraídos, científicos improvisados, bodegueros desesperados, marineros que solo buscaban sobrevivir al viaje. Me fascina que muchos de los sabores que hoy consideramos clásicos nacieran de un error. La cocina es ese laboratorio donde la entropía también crea belleza, y entenderlo —que lo inesperado puede ser glorioso— es abrir la mente, el paladar y la vida.

Los accidentes culinarios son pequeñas revoluciones: convierten defectos en identidad, fallas en técnica e improvisación en cultura. La creatividad no siempre nace del control, sino de la valentía de probar lo que parecía arruinado. Me gusta pensar que en la cocina el error no solo se tolera, sino que a veces se celebra, porque la materia, al desviarse del plan, revela posibilidades que la mente jamás imaginaría. La historia del gusto es puro tropiezo glorioso. Cuando algo se sale del guion, el cerebro se activa, se expande, se pregunta. Y en esa chispa entre lo esperado y lo recibido nace el placer.

Pienso en las hermanas Tatin. Aquella mañana olvidaron la masa bajo las manzanas y hornearon el desastre al revés. Lo que debía ser una tarta perfecta resultó una inversión del mundo: fruta abajo, masa arriba, caramelo profundo. Un error que hoy es técnica, símbolo y ritual. O en Dom Pérignon, frente a botellas que explotaban como si tuvieran vida. El frío detenía la fermentación, la primavera la reactivaba, y el vino se volvía un campo minado de burbujas indomables. Lo que parecía fracaso fisicoquímico terminó siendo la bebida de la celebración. La presión, literal y emocional, hecha alegría.

El vino de Madeira tiene su épica accidental: barricas que viajaban como lastre, sometidas al calor y al vaivén del mar. El líquido se oxidaba, se "cocinaba", se transformaba. Cuando los comerciantes probaron ese vino tostado por el viaje, con un sabor más profundo y estable, replicaron el accidente en tierra firme. Nació un estilo que desafía la lógica: un vino que mejora con lo que normalmente arruina.

Neurogastrónomo y Sommelière
@laneurogastronoma

Y el socarrat, el pegao, el concolón. Ese arroz pegado al fondo, antes descuido, quemadura, un "ay, se me pasó". Hasta que alguien lo probó. La reacción de Maillard —alquimia de calor, tiempo y azúcares— convirtió el error en tesoro. Hoy es la gloria de la paella, el orgullo del Caribe, la memoria del hogar. Lo que se raspaba con vergüenza ahora se busca con devoción.

La cerveza IPA nació de una urgencia: los ingleses necesitaban que la bebida sobreviviera el viaje a India, así que añadieron más lúpulo, un conservante natural. El resultado fue un amargor brillante que hoy domina las barras del mundo. Solución desesperada, tendencia global. Hasta el sándwich —tan cotidiano— nació de un accidente social. El conde de Sandwich, obsesionado con su juego de cartas, pidió carne entre dos panes para no ensuciarse. Un gesto mínimo que cambió la forma de comer.

Quizás estos platos nos conmueven porque nos recuerdan que la vida se cocina con accidentes. Que lo quemado, lo explosivo, lo oxidado, lo caído, puede volverse memorable si dejamos de pelear con la imperfección. El azar, probado con confianza, puede ser delicioso. La moraleja es una: el error ha sido siempre el mejor cocinero. Cuando la vida se desvíe, no llores el plan; celebra el accidente. Porque, contra toda lógica, de lo imprevisto nace lo inolvidable.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

La coctelería peruana necesita una historia común

Por Juan Diego Romero

Durante los últimos años, la coctelería peruana ha avanzado de manera evidente. Hoy existen propuestas más sólidas, profesionales mejor preparados, conceptos con identidad y una creciente capacidad para atraer la atención del público, los medios y la industria internacional. El siguiente desafío es distinto: lograr que esos avances puedan leerse como parte de una historia colectiva, reconocible tanto para quienes trabajan en el sector como para el público que empieza a descubrirlo. Solo así ese crecimiento podrá ser sostenible y beneficiar a toda la industria.

Esto no significa que todos los proyectos deban trabajar juntos o compartir una misma estética. Una escena saludable necesita diversidad. Algunos espacios estarán orientados a la investigación; otros al entretenimiento, la gastronomía, el turismo o la hotelería. Esa variedad es una de sus principales fortalezas. Sin embargo, vista desde fuera, la coctelería peruana todavía carece de un relato que explique qué conecta todas esas expresiones y qué lugar aspira a ocupar el Perú dentro del mapa internacional de bares.

Una historia común no se decreta ni nace de una campaña publicitaria. Surge cuando distintos logros empiezan a reforzar una percepción compartida. Ocurre cuando el reconocimiento de un profesional despierta interés por otros talentos; cuando una propuesta exitosa genera curiosidad por la ciudad donde nació; o cuando un visitante descubre que detrás de un gran bar existe un ecosistema integrado por productores, bartenders, cocineros, marcas, investigadores y comunicadores.

La gastronomía peruana ofrece una referencia útil. Su reconocimiento internacional no dependió únicamente del éxito de ciertos restaurantes, sino de la construcción de un relato capaz de conectar productos, cocinas regionales, productores, tradiciones y nuevas generaciones de cocineros. Las propuestas competían entre sí, pero podían entenderse como parte de una cultura gastronómica más amplia.

La coctelería peruana tiene la oportunidad de construir su propio relato, sin copiar ese camino. Cuenta con una biodiversidad extraordinaria, una tradición de hospitalidad, una estrecha relación con la cocina y un creciente interés por los destilados, fermentos e ingredientes locales. Pero su identidad no debería reducirse al uso de productos peruanos. La verdadera identidad suele surgir en la manera de recibir, investigar, interpretar las costumbres y convertirlas en experiencias contemporáneas.

Embajador de marcas, mixólogo y promotor de la coctelería peruana @jdromer

También conviene evitar la tentación de definir demasiado pronto qué debe ser un bar peruano. Una identidad rígida limitaría la creatividad. Un proyecto puede ser clásico, minimalista, tropical, sostenible o experimental y seguir expresando una sensibilidad local. La historia común no debe ser uniforme, sino un marco amplio donde convivan distintas voces.

Construir esa narrativa requiere mucho más que buenos cócteles. Hace falta documentación, prensa especializada, formación, encuentros profesionales, investigación, vínculos con el turismo y una comunicación capaz de interesar también a quienes no pertenecen a la industria. Además, es necesario comprender que cada avance individual puede fortalecer el prestigio de toda la categoría.

Quienes comunicamos la coctelería tenemos una responsabilidad especial. No basta con informar sobre aperturas, premios o tendencias. Debemos aportar contexto, conectar iniciativas y explicar por qué ciertos proyectos son relevantes más allá de la novedad. El Perú ya cuenta con talento y propuestas capaces de destacar. La pregunta ya no es si existe buena coctelería, sino qué historia queremos construir a partir de esos esfuerzos. Los grandes proyectos construyen reputación. Las escenas construyen un legado. La coctelería peruana está en el momento ideal para transformar sus éxitos individuales en una historia compartida y proyectarla hacia el futuro.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

MIL DEMONIOS

BODEGA

SIN REGLAS

Created and Drunk by owners

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Revistas.PeruRadio.net.pe

issuu-downloader.com

Cinco Sentidos: pura identidad

Con una filosofía basada en el respeto por el origen y la mínima intervención, Cinco Sentidos continúa consolidando su presencia en el Perú de la mano de Romovi Wines y Concepto Placer. Manuel Valdez, propietario de la bodega, comparte la historia familiar detrás del proyecto, su visión de la enología y los planes para seguir conquistando el mercado peruano.

Por Valeria Burga

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

¿Cómo nació Cinco Sentidos y qué significa su nombre?
Somos una empresa familiar cuya historia comienza en 1955, cuando mi abuelo compró su primera finca en Mendoza. Durante casi cinco décadas nos dedicamos exclusivamente a producir uvas para grandes bodegas como Catena Zapata, Chandon y Trapiche. Recién en 2002 empezamos nuestro propio proyecto vitivinícola y, diez años después, nació Cinco Sentidos.

El nombre surge porque creemos que el vino no se disfruta únicamente con la vista, el olfato y el gusto. También intervienen el tacto y el oído: la conversación, la reunión, el compartir una copa. Todo eso forma parte de la experiencia. Por eso también elegimos una mano como símbolo de la bodega, en homenaje a las manos que trabajan la tierra y hacen posible cada vino.

¿Qué aporta Mendoza a la personalidad de sus vinos?
Nuestra bodega está en Maipú, pero trabajamos con viñedos distribuidos en distintas zonas de Mendoza, como Luján de Cuyo, Palmira y el Valle de Uco, incluyendo Altamira, Gualtallary, Chacayes y Vista Flores. Esa diversidad de terroirs nos permite elaborar vinos con perfiles muy distintos y seleccionar cada uva según el estilo que buscamos.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

¿Cómo definirías el estilo de Cinco Sentidos?

Nuestros vinos son auténticos. Buscamos intervenir lo menos posible para que la fruta sea siempre la protagonista. Trabajamos con maceraciones suaves y temperaturas controladas para preservar la expresión natural de la uva. Después aparece la madera, pero como un complemento, nunca como el elemento principal. Nos identificamos con un estilo elegante, de inspiración francesa, donde el equilibrio siempre está por encima de la potencia.

¿Por qué prefieres hablar de una bodega pequeña antes que boutique?

Porque el término boutique muchas veces se asocia con algo artesanal, y nosotros no somos eso. Somos una bodega pequeña, sí, pero con tecnología de primer nivel y procesos muy modernos. No buscamos ser pequeños por elección; simplemente creemos en crecer sin perder nuestra identidad.

Maluco se ha convertido en el emblema de la casa. ¿Qué representa este vino?

Es nuestro vino más importante. Nació hace diez años para representar lo mejor que podemos hacer. El nombre hace referencia a la locura de mi abuelo al llegar a Argentina sin nada y apostar por un sueño. Tiene otra particularidad: nunca revelamos las variedades que lo componen ni la añada. Cada edición lleva únicamente un número y cambia según la selección de las mejores

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

barricas disponibles. No es un vino que se repite; se construye de cero cada vez.

¿Es cierto que Maluco 7 llegará primero al Perú?
Sí. Todavía no salió al mercado argentino y Perú será el primer destino donde podrá probarse. Es una satisfacción enorme porque fue nuestro primer mercado de exportación y siempre le hemos tenido un cariño muy especial.

¿Qué significa para la bodega el mercado peruano?
Muchísimo. Exportamos por primera vez en 2005 y Perú fue el primer país que creyó en nuestros vinos. Hoy, gracias al trabajo de Romovi Wines, estamos presentes en hoteles, restaurantes y espacios gastronómicos muy importantes. Ver nuestras etiquetas por copa en lugares como la Huaca Pucllana o el Country Club Hotel nos llena de orgullo.

¿En qué proyectos están trabajando actualmente?
Acabamos de renovar nuestro Cosecha Tardía Blanco. Dejamos atrás el corte de Torrontés y Moscatel para elaborar un Chardonnay botritizado inspirado en los ice wines canadienses. El resultado tiene mucha más complejidad y equilibrio.

También estamos impulsando un vino blanco que personalmente me entusiasma muchísimo: un corte de Chardonnay, Sauvignon Blanc y Malbec vinificado como blanco, con crianza en barricas francesas y americanas. Es una etiqueta muy distinta a lo habitual y esperamos que pronto también llegue al Perú.

Cinco Sentidos es la bodega del mes en el Club Experiencia de Romovi Wines. ¿Qué te parece esta iniciativa?
Me parece una excelente forma de acercar el vino al consumidor. Estas experiencias permiten que la gente conozca la historia detrás de cada botella, pruebe nuevas etiquetas y descubra proyectos que quizá todavía no conoce. Para una bodega como la nuestra es una oportunidad muy valiosa.

¿Con qué mensaje te gustaría invitar al público peruano a descubrir Cinco Sentidos?
Simplemente agradecerles. Siempre han recibido muy bien nuestros vinos y eso nos emociona. Los invito a probarlos con tranquilidad, sin prejuicios. Son vinos honestos, elaborados con mucho respeto por la uva y por el trabajo en el viñedo. Al final, eso es lo que queremos transmitir en cada botella.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

El lujo que no viaja

*Por Rosa Bonilla**

Hay una idea del lujo que seguimos arrastrando sin cuestionar: que algo vale más cuanto más lejos ha viajado para llegar hasta nosotros. El vino que cruzó el Atlántico, el whisky de las Tierras Altas escocesas. Durante décadas la distancia funcionó como sinónimo de exclusividad. Hoy empieza a leerse distinto.

Cada producto que cruza un continente arrastra una huella de carbono que no aparece en la etiqueta: contenedores, combustible, tiempo. Esa huella existe la pidamos o no, y lo que elegimos en la góndola del supermercado ya no es un gesto neutro. Esa conciencia puede volver el placer más completo, no restarle nada. Beber un pisco premium en el país del pisco tiene un sentido casi evidente: se bebe en el suelo, el clima y la tradición que lo hicieron posible, sin que haya tenido que atravesar un océano para demostrarlo.

Hace poco probé Viñas de Oro Blue, la línea con la que la bodega chinchana decidió llevar el pisco al segmento ultra lujo, pensado para competir con los grandes destilados del mundo. Es un mosto verde acholado (Quebranta, Italia y Torontel), elaborado con 25 kilos de uva por botella, prensado por gravedad y 30 meses de reposo, cuatro veces más uva y seis veces más guarda que el promedio del mercado. El resultado: cuerpo, estructura y una persistencia sedosa en boca que dura varios minutos. En nariz, jazmín, pera y cítricos, con fondo de frutos secos.

Viñas de Oro acumula más de cien medallas internacionales a lo largo de su historia. Blue llega como tercera línea de premiumización, tras Silver y Gold, en un mercado que enfrenta desaceleración y una fuerte guerra de precios, apostando por diferenciarse desde la calidad y no desde el descuento.

Esa misma decisión, elegir lo local aunque cueste más, es la que enfrentamos frente al anaquel. Un producto que recorrió medio mundo carga con una huella de carbono que no se ve en la botella. Muchas veces lo más exclusivo es, simplemente, lo que se hizo mejor cerca de casa.

Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Espíritu del Malbec

Con 97 puntos y la medalla Platinum en los Decanter World Wine Awards, Luigi Bosca De Sangre Malbec D.O.C. 2024 se posiciona como el Malbec mejor premiado de Luján de Cuyo. La etiqueta, que llega al Perú gracias a su importadora y distribuidora LC Group, representa la máxima expresión de una región que convirtió al Malbec en un emblema de la vitivinicultura argentina.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

No todos los vinos logran convertirse en referentes de una región. Algunos, sin embargo, consiguen encapsular la historia, el territorio y la tradición en una sola botella. Ese es el caso de Luigi Bosca De Sangre Malbec D.O.C. 2024, un vino que acaba de recibir uno de los reconocimientos más importantes de la industria: la medalla Platinum y 97 puntos en los prestigiosos Decanter World Wine Awards, distinción que lo consolida como el Malbec mejor premiado de Luján de Cuyo.

Detrás de este reconocimiento existe mucho más que una excelente cosecha. Se trata de un proyecto que reivindica el origen del Malbec argentino y el legado de una familia que, desde hace generaciones, ha convertido el respeto por el terroir en su principal filosofía.

Un homenaje al origen del Malbec

Incorporado a la colección De Sangre en 2018, este vino nació como un homenaje a Luján de Cuyo, una región que acumula más de 150 años de historia cultivando la variedad que mejor representa a Argentina ante el mundo. Su identidad está respaldada por la Denominación de Origen Controlada (D.O.C.) Luján de Cuyo, la primera establecida en América, un sello reservado únicamente para

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

vinos que cumplen rigurosos estándares de producción y autenticidad.

La certificación garantiza que las uvas provienen exclusivamente de viñedos ubicados en Luján de Cuyo, con más de diez años de antigüedad, rendimientos limitados y procesos de elaboración cuidadosamente regulados. Además, cada vino debe superar tres degustaciones técnicas realizadas por el panel oficial de la D.O.C. antes de recibir el sello que certifica su autenticidad y trazabilidad. Más que una denominación, la D.O.C. protege un patrimonio vitivinícola construido durante décadas y asegura que cada botella exprese fielmente las características únicas del lugar donde nació.

La fuerza del terroir

Luigi Bosca De Sangre Malbec D.O.C. se elabora con uvas provenientes de parcelas seleccionadas en Las Compuertas, Vistalba y Agrelo, tres zonas emblemáticas de Luján de Cuyo ubicadas a una altitud promedio de 800 metros sobre el nivel del mar. El enólogo Pablo Cúneo dirige una elaboración que combina precisión técnica y respeto por la materia prima. La cosecha se realiza manualmente, seguida por una doble selección de racimos y granos para garantizar únicamente fruta de máxima calidad.

Posteriormente, el mosto atraviesa una maceración en frío durante varios días antes de iniciar una fermentación controlada en pequeños tanques de acero inoxidable, donde los tradicionales pisoneos y delestages permiten extraer color, estructura y complejidad. Tras la fermentación alcohólica, el vino desarrolla la fermentación maloláctica y permanece durante doce meses en barricas de roble. Una vez embotellado, continúa su evolución en la bodega durante al menos seis meses adicionales antes de salir al mercado, completando un proceso pensado para alcanzar equilibrio y elegancia.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Elegancia que se expresa en la copa

Visualmente presenta un intenso color violeta brillante que anticipa su juventud y concentración. En nariz despliega una expresión fresca y definida de frutas rojas como ciruelas y frutillas, acompañadas por delicadas notas especiadas que aportan complejidad. La crianza en barrica suma sutiles aromas tostados sin ocultar el protagonismo de la fruta.

En boca ofrece una entrada redonda y envolvente, con excelente volumen y una textura suave. Sus taninos firmes, perfectamente integrados, aportan estructura, mientras que una acidez equilibrada mantiene la frescura y prolonga un final persistente y elegante. El resultado es un Malbec que combina potencia y refinamiento, capaz de expresar la identidad de Luján de Cuyo sin perder la frescura que caracteriza a los grandes vinos de montaña.

Un reconocimiento para una tradición familiar

La colección De Sangre representa uno de los proyectos más emblemáticos de Luigi Bosca, ya que reúne vinos profundamente vinculados con el patrimonio cultural y familiar de la bodega. Cada etiqueta busca reflejar la autenticidad del origen y el valor del trabajo realizado en el viñedo, respetando el carácter de cada parcela.

El reconocimiento obtenido en los Decanter World Wine Awards confirma esa filosofía y posiciona a Luigi Bosca De Sangre Malbec D.O.C. como uno de los grandes exponentes del Malbec contemporáneo. Más que un vino premiado, es la expresión de una tradición que ha sabido evolucionar sin perder de vista sus raíces, demostrando que la excelencia comienza en el viñedo y se consolida con una identidad capaz de trascender fronteras.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

¿Existe un Sommelier de cervezas?

*Por Silvia de Tomás**

Una profesión nacida en Alemania está transformando la forma en que entendemos, servimos y disfrutamos la cerveza alrededor del mundo. Cuando escuchamos la palabra sommelier, es casi inevitable pensar en una copa de vino. Durante décadas, esta profesión ha estado asociada con el arte de recomendar vinos, interpretar sus aromas y encontrar el maridaje perfecto. Sin embargo, pocos saben que la cerveza también cuenta con especialistas formados para cumplir una misión similar: acercar una de las bebidas más antiguas de la humanidad a la mesa desde una mirada gastronómica.

La figura del **Beer Sommelier** nació oficialmente en 2004, cuando la Academia Doemens, en Gräfelfing, cerca de Múnich (Alemania), creó el primer programa profesional dedicado exclusivamente a esta especialidad. Su propósito era formar expertos capaces de conectar el conocimiento técnico de la elaboración con la experiencia del consumidor. ¿Por qué fue necesario crear esta figura? La respuesta está en la evolución de la propia cerveza. Lo que durante años fue considerada una bebida de consumo cotidiano reveló un universo de ingredientes, estilos, procesos, historia y posibilidades gastronómicas.

El sommelier de cerveza interpreta ese universo y lo hace accesible. Su labor va mucho más allá de recomendar una cerveza. Desarrolla una profunda capacidad de análisis sensorial para reconocer aromas, sabores y texturas; comprende cómo los ingredientes y la fermentación influyen en el perfil de cada cerveza; domina las técnicas de servicio y conservación; explora el maridaje como herramienta para potenciar la gastronomía y conoce la historia y las tradiciones de los grandes estilos cerveceros. Su mayor aporte consiste en transformar ese conocimiento en experiencias que cualquier consumidor pueda comprender y disfrutar.

Con ese compromiso de seguir impulsando la cultura cervecera en nuestro país, este año tuve la oportunidad de realizar esta formación en la Academia Doemens. Más que obtener una certificación, fue una inmersión en algunos de los lugares que han construido la historia de la cerveza moderna y ayudan a comprender por qué esta bebida merece un lugar cada vez más importante dentro de la gastronomía.

En Hallertau, la región productora de lúpulo más grande del mundo, entendí que el carácter aromático de una cerveza comienza mucho antes de llegar a la cervecería: nace en el trabajo de agricultores que han perfeccionado el cultivo de esta planta durante generaciones. En el Centro de Investigación del Lúpulo de Hüll descubrí cómo la ciencia continúa desarrollando nuevas variedades con perfiles aromáticos impensables hace apenas unas décadas.

Jueza de Cervezas Nacional acreditada por BJCP
@silviadetomas

La experiencia continuó en Weihenstephan, considerada la cervecería en funcionamiento más antigua del mundo, con una historia documentada desde el año 1040. Allí conviven casi mil años de tradición con laboratorios de vanguardia, una planta piloto y la Universidad Técnica de Múnich, uno de los centros de investigación cervecera más prestigiosos del planeta.

Otro momento inspirador fue la visita a la histórica maltería Weyermann, en Bamberg. Fundada en 1879 y aún dirigida por la familia que le dio origen, produce más de noventa variedades de maltas especiales utilizadas por cerveceros de todo el mundo. Sus instalaciones permiten comprender cómo la malta define el color, el cuerpo, la complejidad y buena parte de la identidad de una cerveza.

Cada uno de estos lugares reafirmó una convicción que me acompaña desde hace años: la cerveza comparte con el vino, el café y otras bebidas de especialidad una extraordinaria riqueza de origen, tradición, técnica y cultura. Merece ser apreciada con la misma curiosidad y el mismo respeto.

Al final, el trabajo de un sommelier de cerveza consiste en despertar esa curiosidad. Porque detrás de cada copa hay mucho más que una bebida: hay territorio, historia, innovación y personas. Descubrirlas permite entender que la cerveza también tiene un lenguaje propio, capaz de enriquecer la experiencia gastronómica y contar historias en cada sorbo.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

El arte de

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

e la destilación

Tradición, color y versatilidad definen a Mitjans Curaçao, un licor que se ha convertido en un referente de la coctelería internacional. En el Perú, llega de la mano de su importadora y distribuidora oficial, G.W. Yichang, acercando su calidad a profesionales y aficionados por igual.

La coctelería mundial no sería la misma sin ciertos elíxires que, más allá de aportar alcohol, entregan color, aroma y mística a cada copa. En este selecto universo de licores premium, **Mitjans Curaçao** se ha consolidado como un referente indiscutible de calidad, tradición e innovación. Con una receta que equilibra a la perfección el dulzor de naranjas cuidadosamente seleccionadas y el rigor de una destilación artesanal, esta emblemática bebida continúa liderando las barras de los mejores bares y los hogares de los entusiastas del buen beber.

El origen de un clásico indiscutible

Para comprender la grandeza de Mitjans Curaçao es necesario viajar al corazón de su historia. La marca Mitjans ha sabido conservar durante décadas los secretos de la elaboración de licores finos, adaptándose a las tendencias contemporáneas sin perder su identidad fundacional. El Curaçao, un licor que evoca las raíces caribeñas de las naranjas amargas de la isla homónima, encuentra en la interpretación de Mitjans una ejecución pulcra, sofisticada y profundamente aromática.

El secreto de este éxito radica en la minuciosa selección de sus materias primas. No cualquier corteza de cítrico es apta para

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

formar parte de este proceso. Los maestros destiladores buscan perfiles aromáticos específicos que aporten aceites esenciales intensos, capaces de resistir la destilación y conservar su frescura hasta llegar a la botella. El resultado es un licor con notas cítricas intensas, pero equilibradas, ideal tanto para la coctelería clásica como para las creaciones más vanguardistas de la mixología contemporánea.

Un festín para los sentidos: color y versatilidad

Visualmente, las variantes de Mitjans Curaçao —destacando su icónica versión azul— constituyen un verdadero espectáculo que transforma por completo la estética de cualquier cóctel. Ese azul magnético no solo define la identidad visual de clásicos como el Blue Hawaii o el Laguna Azul, sino que también invita a desconectarse de la rutina, transportando al consumidor a playas paradisíacas y noches de celebración.

Sin embargo, reducir este licor a su atractivo visual sería un error. Al servirlo, el aroma a naranja fresca invade el ambiente de inmediato. En boca, la entrada es sedosa y dulce, pero rápidamente encuentra equilibrio gracias al sutil amargor de la cáscara y a una graduación alcohólica perfectamente integrada que no satura el paladar. Esta armonía permite que el licor actúe como un excelente modificador de sabor, aportando complejidad y frescura sin opacar a destilados base como el vodka, la ginebra o el ron.

El aliado indispensable de la mixología profesional y casera

Hoy en día, el consumidor busca experiencias sensoriales completas. Mitjans Curaçao responde plenamente a esa expectativa, convirtiéndose en el aliado ideal tanto para bartenders profesionales como para aficionados que disfrutan experimentando en casa. Su consistencia, mantenida lote tras lote, garantiza que cada cóctel conserve el mismo estándar de excelencia.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Para los amantes de los clásicos, basta con combinarlo con jugo de limón fresco y un destilado blanco para obtener una bebida refrescante en pocos segundos. Quienes buscan propuestas más creativas encontrarán en su densidad un aliado perfecto para técnicas avanzadas de coctelería, como la elaboración de tragos en capas o la creación de jarabes personalizados para barras de alta gama.

Compromiso con la excelencia y el futuro

La permanencia de Mitjans en la cima de la industria licorera no es una coincidencia. Es el resultado de un riguroso control de calidad que abarca desde la selección de los ingredientes hasta el embotellado final. Cada botella de Mitjans Curaçao que llega al mercado representa una promesa de sabor, pureza y sofisticación, respaldada por una infraestructura tecnológica que respeta los tiempos naturales de maceración.

Mirando hacia el futuro, la marca reafirma su compromiso de seguir inspirando momentos de celebración. En un mundo en constante cambio, la autenticidad y el sabor inconfundible de Mitjans Curaçao permanecen como un símbolo de consistencia para los amantes de la coctelería de calidad. Descubrirlo es abrir la puerta a un universo de frescura, color y tradición.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Llevar a Perú en una olla

*Por Roberto Boyle**

Dentro de pocos días viajaré a Entre Ríos, Argentina, para participar en el Festival de Carnes y ofrecer una clase magistral. En un encuentro donde las brasas, los grandes cortes y los maestros parrilleros serán protagonistas, decidí presentar una carapulcra de chorizos. Podría haber elegido una preparación construida alrededor de una pieza de carne. Sin embargo, preferí llevar un guiso, porque nuestra cocina también se reconoce en las ollas, en las cocciones pacientes y en los sabores que necesitan tiempo para alcanzar profundidad.

La carapulcra tiene esa fuerza. La papa seca, los ajíes y el proceso lento forman parte de una preparación profundamente vinculada con nuestra historia. No necesita adornos innecesarios ni una transformación radical para demostrar su valor. Basta comprenderla y cocinarla con respeto. En esta versión, los chorizos pasarán primero por la parrilla. Buscaré que desarrollen una buena costra, que absorban el humo y que lleguen al guiso con el carácter del fuego argentino. Luego se incorporarán a la carapulcra, no como un elemento ajeno, sino como un puente entre el plato que llevo y el territorio que me recibe.

Los ajíes sostendrán la identidad peruana. El chocolate, usado con medida, aportará amargor, profundidad y equilibrio, sin convertir la preparación en un plato dulce ni ocultar sus sabores principales. Ahí está el verdadero reto. No se trata de modificar una receta para hacerla irreconocible. Se trata de entender qué elementos pueden sumarse sin romper aquello que la define.

El Tip de Boyle:
Una buena adaptación no borra el origen de un plato. Lo hace más fácil de comprender en una mesa distinta.

Cocinar fuera del país exige algo más que una buena ejecución. También obliga a explicar. Quien prueba una carapulcra por primera vez no conoce necesariamente la importancia de la papa seca, el papel de los ajíes ni la memoria familiar que puede existir detrás de esa preparación. Por eso cada plato que presentamos en el extranjero también debe contar una historia.

Hoy, como Chef Marca Perú, siento que esa responsabilidad es aún mayor. Desde mis fuegos y mis parrillas, me corresponde transmitir que el Perú posee una cocina con identidad, productos extraordinarios y técnicas capaces de conversar con otras culturas sin perder claridad. Representar al país no consiste únicamente en llevar ingredientes peruanos. Consiste en saber por qué los elegimos, qué significan y cómo podemos presentarlos con respeto ante un público distinto.

* @rboylechef
Chef ejecutivo Inpelsa
Representante de Certified Angus Beef
@gourmeatperu

La presencia de los chorizos a la parrilla no convierte la carapulcra en un plato argentino. Tampoco busca imponer una idea peruana dentro de una tradición ajena. Lo interesante está en el encuentro: el humo de la parrilla aporta una nueva capa, mientras la papa seca y los ajíes mantienen el centro de la preparación. Eso es lo que quiero mostrar en Entre Ríos.

Que nuestra cocina puede entrar en una conversación internacional desde un lugar seguro, sin complejos y sin necesidad de exagerar. No para competir con una de las grandes culturas del asado, sino para compartir una manera distinta de trabajar la carne, el tiempo y el sabor. En el festival habrá parrillas encendidas, carnes premium, vinos, música y equipos llegados de distintos lugares de Latinoamérica. En medio de todo eso, yo presentaré una olla de carapulcra.

Quizá esa elección explique mejor que cualquier discurso lo que significa cocinar como Chef Marca Perú. Llevar un plato con historia. Respetar el lugar que nos recibe. Y demostrar que la cocina peruana puede viajar lejos sin dejar de saber de dónde viene.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Beber menos, elegir mejor

Por Jorge Ode Kissieh

En las catas suelo hacer una pregunta antes de servir la primera copa: ¿qué esperan encontrar en un destilado premium? Las respuestas suelen asociarse con una marca reconocida, una botella elegante, años de maduración o un precio elevado. Durante mucho tiempo la industria construyó el concepto de lo premium alrededor de esos atributos. Sin embargo, tras años trabajando con destilados y conversando con consumidores y profesionales del sector, percibo un cambio. Hoy las personas quieren saber qué compran, por qué cuesta lo que cuesta y si la experiencia realmente justifica esa inversión. El consumidor sigue buscando calidad, pero ahora es mucho más selectivo.

Esta transformación responde a una tendencia que gana fuerza: consumir con menor frecuencia, pero elegir mejor. No se trata solo de moderación, sino de dar mayor valor a cada ocasión de consumo. Los estudios de IWSR muestran que la premiumización atraviesa una nueva etapa. El contexto económico ha llevado a los consumidores a cuidar más sus gastos, incluso cuando buscan productos de categorías superiores. Esto obliga a las marcas a demostrar con claridad qué ofrecen y por qué merecen ser elegidas.

Ya no basta con colocar la palabra *premium* en una botella, diseñar un empaque atractivo o lanzar una edición limitada. Todo ello debe estar respaldado por un producto consistente y una propuesta que el consumidor pueda comprender. Entonces, ¿cómo reconocer un destilado premium? No existe una fórmula única. Cada categoría tiene materias primas, procesos y tradiciones diferentes. Antes de compararlas, es necesario entender qué busca expresar cada una.

Personalmente, empiezo por la identidad: saber de dónde viene el producto, quién lo elabora y qué decisiones dieron forma a su perfil. También valoro el equilibrio, la definición aromática, la textura y la persistencia. Pero, sobre todo, busco coherencia entre lo que la marca comunica, el precio que cobra y lo que finalmente entrega en la copa. Un destilado puede tener una gran historia, pero si esa historia no se refleja en la experiencia, queda incompleta. Lo premium aparece cuando calidad, identidad y experiencia se encuentran.

Tampoco todos los consumidores buscan lo mismo. Algunos valoran descubrir pequeños productores; otros prefieren compartir una marca reconocida en una celebración o elegir una botella vinculada con un lugar, una tradición o un recuerdo. Por eso, lo premium no debería ser sinónimo de inaccesible. Un precio elevado no garantiza una experiencia sobresaliente, así como existen productos de precio razonable con carácter, autenticidad y excelente calidad. El verdadero valor está en la relación entre lo que pagamos y lo que recibimos.

Sommelier, Bartender & Spirits Educator
@jorgeodek

La experiencia tampoco depende únicamente del líquido. La cristalería, la temperatura, el conocimiento de quien recomienda el destilado y el contexto en que se disfruta influyen en su percepción. Una buena botella mal servida pierde parte de su potencial; una atención bien ejecutada ayuda a comprender y apreciar mejor el producto.

En Perú existe una gran oportunidad. Los consumidores muestran cada vez más interés por conocer ingredientes, procedencias, procesos y formas de consumo. Ya no buscan solo una descripción comercial, sino información que les permita decidir con criterio. Esto representa un reto para toda la cadena: las marcas deben comunicar con transparencia, los puntos de venta orientar mejor y quienes recomendamos destilados hacerlo con conocimiento y responsabilidad. Nuestro papel no es señalar la botella más cara, sino ayudar a encontrar la más adecuada para cada persona y ocasión.

El lujo actual está menos ligado a la ostentación que a la capacidad de elegir bien. Beber menos y elegir mejor significa consumir con curiosidad, moderación y criterio. Porque una etiqueta puede atraer la mirada, pero la verdadera calidad siempre se sostiene en el contenido.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Dos tierra

El chef Orlando Bastidas le da la bienvenida al chef Rafael Casín de la Torre en una experiencia gastronómica que celebra la conexión entre Ecuador y Perú, como parte del programa Chefs Viajan de Marriott International.

Por Valeria Burga

En la hotelería de lujo, las experiencias gastronómicas han dejado de ser únicamente una propuesta culinaria para convertirse en una herramienta de intercambio cultural. Bajo esa premisa nació Chefs Viajan, una iniciativa de Marriott International que reúne a chefs ejecutivos de distintas propiedades de la cadena para compartir conocimientos, técnicas, ingredientes e identidad gastronómica en sus respectivos destinos.

La segunda edición de Chefs Viajan en el JW Marriott Quito tuvo precisamente ese objetivo. Bajo el nombre Dos Tierras, el chef ejecutivo del hotel, Orlando Bastidas, recibió al chef ejecutivo del JW Marriott Lima, Rafael Casín de la Torre, en una cena a cuatro manos donde Ecuador y Perú encontraron un recorrido gastronómico construido desde el respeto por las raíces. Cada plato contó una historia y donde ambos chefs coincidieron en una misma idea: antes de reinterpretar una cocina, primero es necesario conocerla y honrarla.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

as

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Orlando Bastidas:
Cocinar desde la identidad

Después de haber cocinado en Lima, ahora recibes a Rafael Casín en Quito. ¿Qué significado tuvo esta experiencia?
Fue espectacular. Desde el primer encuentro entendimos que compartíamos una misma visión: darle protagonismo al producto local. Esta cena se llamó Dos Tierras justamente porque Ecuador y Perú comparten muchísimo desde los Andes hasta la Amazonía. Más que competir con técnicas o estilos, quisimos hacer sinergia, compartir conocimientos y demostrar la riqueza de nuestros ingredientes.

¿Cómo definirías el momento que vive actualmente la gastronomía ecuatoriana?
Estamos en un punto de despegue. Tenemos productores extraordinarios, cocineros mejor preparados y una nueva generación formada en escuelas de gastronomía que hace veinte años simplemente no existía. Ahora necesitamos internacionalizarnos. Programas como Chefs Viajan ayudan precisamente a mostrar al mundo quiénes somos gastronómicamente.

Insistes mucho en preservar la cocina tradicional antes de reinterpretarla. ¿Por qué es tan importante?
Porque primero hay que entender la identidad. No podemos transformar algo que todavía no conocemos completamente. Un plato tradicional tiene una historia, unos ingredientes y una razón de ser. Después vendrá la creatividad, pero primero debemos respetar el origen. Esa es la única forma de preservar el patrimonio gastronómico.

En el hotel cada restaurante tiene una personalidad muy marcada. ¿Cómo consiguen esa diferenciación?
Todo parte de la identidad. Cada restaurante tiene una misión clara y un equipo especializado. Raíces trabaja exclusivamente la cocina ecuatoriana tradicional; Botánica ofrece una propuesta más casual; Fogo de Chao se enfoca en carnes. Así el huésped puede vivir experiencias completamente diferentes sin salir del hotel.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

¿Qué aprendiste de la gastronomía peruana?
Me impresiona su capacidad para incorporar influencias culturales sin perder identidad. La cocina nikkei es un gran ejemplo: tomaron técnicas japonesas y las adaptaron a ingredientes peruanos hasta crear una cocina completamente nueva. Eso me inspira porque Ecuador también puede desarrollar nuevas corrientes culinarias desde sus propias raíces.

¿Cómo nació el menú de Dos Tierras?
Cuando fui a Lima presenté platos poco conocidos de Ecuador y Rafael quedó muy interesado. Luego empezamos a conversar sobre cómo unir ambos países sin caer en los clichés. Él decidió mostrar la sierra peruana con sus papas nativas y yo opté por representar la costa y la Amazonía ecuatorianas. Así nació un menú que recorría ambos territorios.

¿Qué representa para ti participar en Chefs Viajan?
Es una plataforma extraordinaria porque no solamente viaja un chef; también viajan las historias de cada país. Además motiva muchísimo a los equipos de cocina, que tienen la oportunidad de aprender nuevas técnicas y conocer otras culturas.

Rafael Casín de la Torre:
Perú viaja en cada plato

¿Qué impresión te dejó Ecuador en tu primera visita?
Me llevé una sorpresa muy agradable. Conocía muy poco del país y terminé encantado. La calidez de la gente fue impresionante. Me hicieron sentir parte de una familia desde el primer momento y eso también se refleja en la forma como trabajan en cocina.

¿Qué descubriste de la gastronomía ecuatoriana?
Me sorprendió muchísimo el valor que le están dando a sus propios productos. Hay un orgullo muy fuerte por los ingredientes locales y eso se nota en cada preparación. Es una cocina que está creciendo con mucha identidad.

¿Qué productos te llamaron especialmente la atención?
El langostino ecuatoriano me impresionó por su frescura y textura. También los chochos,

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

que nosotros conocemos como tarwi, pero aquí tienen aplicaciones muy interesantes. Probé ceviches, sopas y distintas preparaciones que me parecieron muy bien logradas.

¿Cómo construyeron el menú junto a Orlando Bastidas?

La idea fue representar nuestros territorios. Yo quería mostrar algunos de los productos más emblemáticos de Perú, pero desde una mirada diferente. Por eso llevé papas nativas de Huatata, cerca del Valle Sagrado, además de ingredientes amazónicos como cocona y ají charapita para el ceviche.

¿Qué platos tuvieron mejor recepción?

El ceviche amazónico sorprendió muchísimo porque no era una combinación habitual para el público ecuatoriano. También el lomo saltado gustó mucho por ese sabor ahumado característico que conseguimos al prepararlo al wok.

¿Qué fue lo que más disfrutaste del JW Marriott Quito?

Más allá de las instalaciones, me llevo el recuerdo de su gente. Encontré un equipo muy comprometido y muy unido. También me gustó mucho el huerto del hotel porque demuestra el interés por acercarse aún más al producto.

¿Qué representa Chefs Viajan

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

para ti?
Es un privilegio enorme. No solamente viajamos los chefs; también viajan nuestras cocinas. Los equipos aprenden, intercambian técnicas y conocen nuevas culturas. Eso enriquece muchísimo a todos.

Dos Tierras: Andes, costa y Amazonía

El menú degustación comenzó con una declaración de principios. Rafael Casín abrió la velada con papas nativas provenientes de Huatata, en Cusco, cultivadas a más de 3.500 metros sobre el nivel del mar y acompañadas por una huancaína preparada en batán. Un homenaje a la diversidad agrícola peruana. El primer bocado ecuatoriano llegó con un corviche de camarón y pescado servido junto a salsa regional y salprieta. Bastidas apostó por uno de los sabores más representativos de la costa ecuatoriana, respetando su esencia pero presentado con una ejecución contemporánea.

La entrada de Orlando reinterpretó el tradicional caldo de bola de verde mediante un delicado consomé clarificado de costilla ahumada, infusionado con cilantro de pozo y acompañado por esferificaciones de maní. Técnica moderna al servicio de un plato profundamente tradicional. En respuesta, Casín presentó un ceviche amazónico de lenguado donde la leche de tigre de cocona y el ají charapita aportaron un perfil aromático completamente distinto al ceviche clásico, demostrando la enorme riqueza de la Amazonía peruana.

Los fondos mantuvieron el diálogo entre ambos países. El chef peruano llevó al wok un impecable lomo saltado acompañado de papas nativas rojas, amarillas y moradas de Ayacucho, mientras Bastidas respondió con un guiso de chivo cocinado lentamente en barro, servido con maqueño asado y texturas crocantes que evocaban las tradiciones rurales de Ecuador.

El cierre fue completamente ecuatoriano: un postre inspirado en la Amazonía compuesto por un panal de mucílago de cacao y arazá, frutos secos andinos garrapiñados, macambo tostado y un delicado quenelle de tomate de árbol. Un final elegante que resumió la biodiversidad del país anfitrión.

Más que una cena, Dos Tierras fue una conversación culinaria donde cada plato funcionó como un puente entre dos países que comparten montañas, selvas y océanos, pero que han construido identidades gastronómicas propias. La experiencia confirmó que la mejor manera de fortalecer una cocina nacional no es competir con otras, sino dialogar con ellas desde el respeto, el producto y la autenticidad.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Teresa Ocampo: democratizadora de la cocina peruana

Por Chema Tovar Sanchez

Hay una diferencia sustancial entre preparar alimentos y sistematizar un repertorio culinario para que no se extinga. La transmisión oral del saber doméstico suele depender de la continuidad familiar y del hábito repetido frente a las ollas. Sin embargo, cuando la dinámica urbana acelera sus ritmos, las recetas no escritas corren el riesgo de fragmentarse o perderse en la imprecisión. La labor de fijar por escrito las técnicas y proporciones tradicionales del Perú encontró en Teresa Ocampo a su figura organizadora más relevante del siglo XX.

El vínculo de Ocampo con la cocina no fue el resultado de una improvisación profesional, sino el desarrollo natural de una herencia materna. Según relata su hijo Javier Russo, la vocación de Teresa se cimentó en el entorno cotidiano de su propia madre, una cocinera rigurosa de quien aprendió los fundamentos de la sazón criolla e interandina. Esa base empírica, transmitida en el hogar, constituyó la primera estructura conceptual que Ocampo buscó complementar con formación académica internacional.

Su primera etapa de aprendizaje formal fuera del país ocurrió durante la década de 1950, cuando viajó a Francia para ingresar al instituto Le Cordon Bleu en París. Décadas después, a principios de los años 80, Teresa regresó a las aulas de esa misma institución parisina para realizar una segunda estancia de estudios. Esa constante voluntad de refinamiento técnico le permitió abordar el recetario tradicional peruano no como una serie de secretos inalterables, sino como un conjunto de procedimientos susceptibles de ser ordenados, medidos y enseñados con método pedagógico.

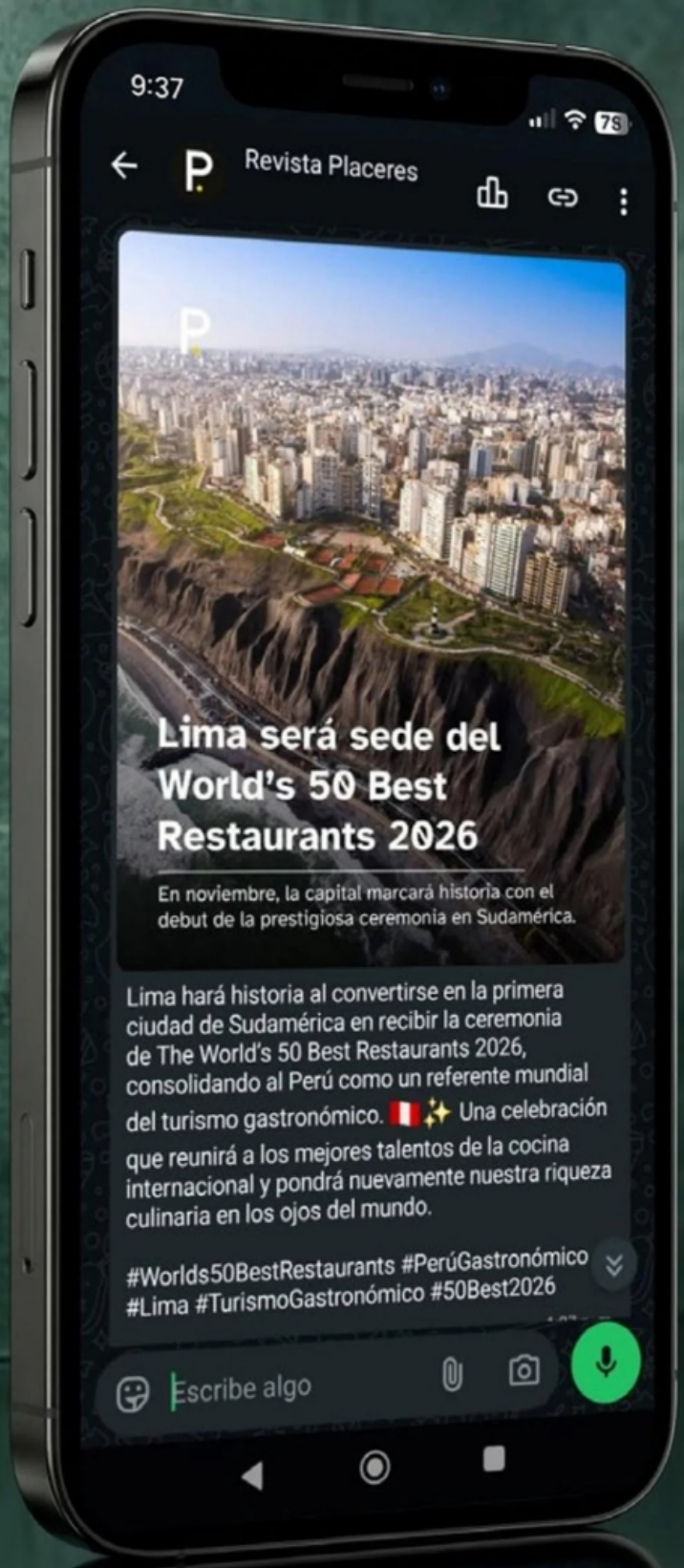
Esa aproximación técnica tuvo su canal de difusión más influyente a través de la pantalla chica y la imprenta. Con el programa televisivo ¿Qué cocinaré?, Ocampo entró a los hogares peruanos para explicar la ejecución de guisos y potajes sin recurrir a la ambigüedad del puñado o la pizca. Su trabajo pedagógico se consolidó de forma definitiva al asociarse con la empresa harinera Nicolini. Ocampo vendió a la firma los derechos de su recetario, una obra compuesta por fórmulas de su autoría original que, tras sucesivas impresiones y reediciones masivas, se convirtió en el texto de consulta gastronómica más distribuido en la historia del país.

El valor fundamental de este catálogo impreso residió en la democratización del conocimiento técnico. Al codificar las variables de tiempo, temperatura y proporciones exactas para platos como el seco, el ají de gallina o la carapulcra, Ocampo garantizó que cualquier persona pudiera reproducir con fidelidad la arquitectura de un guiso criollo. Las recetas dejaron de ser un patrimonio exclusivo reservado a la memoria individual y pasaron a formar parte de un archivo accesible, capaz de resistir el paso del tiempo y las transformaciones sociales del país.

La obra de Teresa Ocampo demuestra que la preservación de la identidad gastronómica requiere un esfuerzo consciente de documentación. A través de la enseñanza en televisión, la publicación de sus libros y el catálogo original que nutrió al recetario Nicolini, su legado fijó las bases sobre las cuales se sostiene la comprensión contemporánea de la cocina peruana casera.

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

PLACERES LIFESTYLE



Únete a nuestro canal de Whatsapp

Una selección de nuestro mejor contenido, actualizado todos los días.

Escanea el QR o búscanos en la sección de "novedades de Whatsapp comom "Revista Placeres"

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com

Mojonero S.XVI vs Catador S.XXI

*Por Livio Pastorino**

Es fascinante observar cómo lo que hoy denominamos con elegancia "sommelier" o "juez sensorial", en las raíces de la historia peruana se llamaba mojonero: un hombre recio, de paladar implacable, capaz de decidir con un solo sorbo el destino económico de un vino o un pisco en el siglo XVI. Conversando con varios productores de pisco —quienes prefirieron no ser mencionados—, escuché sus principales inquietudes para no participar en el Concurso Nacional del Pisco 2025: la percepción de falta de transparencia y la sensación de que "siempre son los mismos catadores, y además son productores. ¿No hay nuevos?".

Es importante aclarar algunos puntos. Según el reglamento, los catadores que también son productores deben presentar una declaración jurada detallando las muestras y tipos de pisco que han inscrito. Esta medida busca precisamente evitar que participen en las mesas donde se evalúen sus propios productos. La transparencia también está ligada a la cantidad de muestras y al número de catadores. En la edición pasada se evaluaron 392 muestras (de más de 100 productores) con 42 jueces, distribuidos en 6 mesas de 7 catadores cada una. De ellos, solo 5 eran Jueces Expertos, categoría que define la NTP-ISO 8586:2014 para los catadores más experimentados y calificados.

En mi opinión, para ganar mayor objetividad y credibilidad, sería recomendable aumentar significativamente el número de catadores expertos por mesa. Esto solo será posible si logramos una mayor participación de productores en los concursos nacionales. De ser así, convendría trabajar con mesas de 7 u 8 catadores expertos. De esa forma alcanzaríamos el nivel de transparencia que se reclama. Otro aspecto relevante es que los catadores no cobramos por participar en los concursos. Nuestro trabajo es ad honorem: nos invitan, cubren nuestros viáticos y acudimos gustosamente a cumplir con esta labor.

Esta conversación sobre catadores y concursos me recordó la reunión que convocó en mayo de 2025 el presidente del concurso a las tres asociaciones de catadores. En ella se nos solicitó presentar sugerencias para la elaboración de un Registro Nacional de Catadores. Hasta la fecha, el único registro conocido es el elaborado en 2011 por el ya desactivado Consejo Regulador de la Denominación de Origen Pisco (CRDO-PISCO).

De las tres asociaciones convocadas, presentamos propuestas concretas la Cofradía Nacional de Catadores del Perú, que presidía el Ing. Juan Mendiola Huayamares, y la Asociación Peruana de Catadores (ASPERCAT), que me honra presidir. Además del registro, propusimos elaborar un Reglamento de Catadores que organice la actividad, delimite funciones y establezca sanciones claras. En nuestras sugerencias recomendamos retomar los criterios que se aplicaban en los reglamentos de los concursos hasta el año 2018.

Sommelier, Especialista y Catador de Pisco
Registro: CRDO-PISCO 2020 RCO-034-2011
www.liviopastorino.com
@elmagozurdo

Pueden consultar:

- **Reglamento del Concurso Nacional del Pisco 2018 (Artículo 36):** https://drive.google.com/file/d/1Um_tPQTtU1SerlNxn-Z7e9S7K8-5tQLyq/view
- **Propuesta de Registro de Catadores – ASPERCAT:** https://drive.google.com/file/d/1PXi-VY2iuP90oBbSxROiow3dHR1FGsiEF/view?usp=sharing
- **Propuesta de Registro de Catadores – Cofradía Nacional de Catadores:** https://drive.google.com/file/d/1pUO2I6zOvLYaSxlblBxk62bPKbjz-fdsm/view?usp=sharing

Para ASPERCAT, lo fundamental es lograr la participación de las tres asociaciones cuanto antes, para contar con un Registro Nacional y un Reglamento Nacional de Catadores del Perú que eleven los estándares de la profesión. No olvidemos que el oficio de la mojonería o catavinos ya contaba con un reglamento propio desde 1595, posteriormente ratificado por el virrey Luis Velasco en 1603. Este documento histórico aparece en el libro del historiador Lorenzo Huertas Vallejos Cronología de la Producción del Vino y del Pisco en el Perú 1548-2010 (pág. 264, setiembre de 2023). Disfrute del pisco con responsabilidad. ¡Hasta la próxima!

Revistas.PeruRadio.net.pe
issuu-downloader.com